

00466

4



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES
DIVISION DE ESTUDIOS DE POSGRADO

**Comunicación versus incomunicación:
del Cándido de Voltaire
a Más Extraño que el paraíso de Jim Jarmusch**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE
MAESTRIA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A:
RUBEN OLACHEA PEREZ

MEXICO, D.F.

2000

277604



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Para mí este es el tema central en la cultura occidental:

el paraíso perdido

ORSON WELLES

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1. CÁNDIDO	11
Paraiso: expulsión y recuperación	12
<i>Un mundo idealizado</i>	
<i>Un romance idealizado</i>	
<i>Un trabajo idealizado</i>	
Movimientos geográficos	15
<i>Las Europas</i>	
<i>Las Américas</i>	
Novela, guión	17
<i>Personajes narradores</i>	
<i>La transformación de Cunegunda</i>	
<i>Final fiel aunque modificado</i>	
Los formatos de <i>Cándido</i>	22
<i>Cándido novela</i>	
<i>Cándido ópera</i>	
<i>Cándido video</i>	
Análisis de la portada del video	24
<i>El mundo al alcance de la mano</i>	
<i>Batuta en mano</i>	
<i>Cámara en mano</i>	
Tres minutos según Giannetti	26
<i>Los diez aspectos</i>	
<i>El sonido en Cándido</i>	
<i>El guión de Cándido</i>	
<i>La edición en Cándido</i>	

Algunos de los análisis sugeridos por Casetti y Di Chio	29
<i>El cuadro comunicativo en Cándido</i>	
<i>Lo transtextual en Cándido</i>	
<i>Lo contextual en Cándido</i>	

El final, según Rubén Olachea	33
<i>Desenlace interior</i>	
<i>Desenlace exterior</i>	
<i>Final redondeado</i>	

CAPÍTULO 2. JARMUSCH 39

Paraíso: expulsión y recuperación	40
<i>Las Europas</i>	
<i>Las Américas</i>	
<i>Los Mercados</i>	

Movimientos geográficos	43
<i>Avión de ida y vuelta</i>	
<i>Autobús invisible</i>	
<i>Auto nostálgico</i>	

Un triángulo asexuado	45
<i>Cuestión de parentesco</i>	
<i>Camaradas inútiles</i>	
<i>Unión fracasada</i>	

Minimalismo monocromo	48
<i>Bajo el hechizo de un blues</i>	
<i>Eu Suburbia</i>	
<i>Eva frente al mar</i>	

Análisis del fotograma del cartel	51
<i>Carita feliz</i>	
<i>Espectacular espectacular</i>	
<i>Bienvenidos Welcome</i>	

Tres minutos según Giannetti	53
<i>Tres pares de gafas</i>	
<i>Pagar por tres</i>	
<i>Habitación número 3</i>	
Algunos análisis sugeridos por Casetti y Di Chio	56
<i>Pausas como respiros</i>	
<i>Cándidos transtextuales</i>	
<i>De los Ochenta al Dos Mil</i>	
El final según Rubén Olachea	59
<i>La vida está en la calle, allá afuera</i>	
<i>Poquito cinismo</i>	
<i>Te toca</i>	
CAPÍTULO 3.	
COMUNICACIÓN <i>VERSUS</i> INCOMUNICACIÓN	63
Guerra antigua, discreto vencedor	63
<i>Comunicación idealizado</i>	
<i>Incomunicación ignorada</i>	
<i>Comunicación con minúsculas</i>	
En medio de los <i>media</i>	67
<i>Video en cine</i>	
<i>Cine en video</i>	
<i>Video Imperatrix Mundi</i>	
Publicidad paraíso	70
<i>Ser de conflictos</i>	
<i>Optimismo a ultranza</i>	
<i>Optimismo activo</i>	
Receptor ideal	72
<i>De la idea a la voz</i>	
<i>De la letra a la imagen</i>	
<i>De lo irreal a lo virtual</i>	

La videoclipzación del mundo	75
<i>Onirismo en pantalla</i>	
<i>Sueños a control remoto</i>	
<i>Economía visual</i>	
Cultura videoclip	78
<i>La síntesis</i>	
<i>Hablemos de cine</i>	
<i>Hablemos de video</i>	
Posmodernidad a debate	81
<i>Obsesión finisecular</i>	
<i>Desesperación cultural</i>	
<i>El dogma del justo medio</i>	
Videología	84
<i>El ojo global</i>	
<i>Mediocracia o miedocracia</i>	
<i>La imagen visual crítica y seriable</i>	
Autodestrucción del paraíso	87
<i>Tanta fe depositada</i>	
<i>Tanta por depositar</i>	
<i>Finalmente, la síntesis</i>	

ANEXOS	91
I. CÁNDIDO	93
1. Imagen de la carátula del video	
2. Bibliografía en francés en inglés sobre <i>Cándido</i> y Voltaire	
3. Ficha técnica del video de la ópera	
4. Capitulado de la novela (edición SEP)	
5. Ópera (estructura)	
6. Intervenciones del compositor Leonard Bernstein	
7. Cronología sobre Voltaire y génesis de <i>Cándido</i>	
8. Algunas opiniones sobre <i>Cándido</i> de Voltaire	
9. Sitios en la red Internet sobre <i>Cándido</i> / Voltaire / Bernstein	
II. JARMUSCH	114
1. Fotograma del cartel	
2. Ficha técnica	
3. Biografía de Jarmusch	
4. Algunas opiniones de Jim Jarmusch	
5. Filmografía de Jarmusch	
6. Algunas opiniones sobre <i>Más extraño que el paraíso</i>	
7. Bibliografía de Jarmusch	
8. Sitios en la red Internet sobre <i>Más extraño que el paraíso</i> y Jim Jarmusch	
FUENTES DE INFORMACIÓN	129
1. Bibliográficas	
2. Hemerográficas	
3. Iconográficas	
4. Videográficas	

INTRODUCCIÓN

Este ensayo pretende mostrar una serie de ideas surgidas durante el trayecto de los seminarios cursados en la Maestría en Ciencias de la Comunicación, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de México.

Vincular los medios de comunicación con el resto del entorno académico y del universo de las Ciencias Sociales, las Humanidades y las Artes suele ser una característica ambigua en el estudio de las Ciencias de la Comunicación: por una parte, parece ser un requisito preestablecido, una declaración de corrección más académica que política. Ciertamente, la multidisciplinarietà en las Ciencias que estudian la comunicación *exige* que ésta, tarde o temprano, sea vinculada con otros estudios. Es un fenómeno actual y no exclusivo. Por otra parte, la comunicación vinculada con otras ciencias también parece denotar una búsqueda de pertenencia y legitimidad definatorias y definitivas, no sin indicios de preocupación angustiante por más de un investigador, cuando sólo hay que echar un vistazo al exterior de las sociedades y al interior de los hogares para hallar plenamente justificables las labores sobre nuestros objetos de estudio.

La elaboración del presente trabajo aclaró las dudas y reafirmó las convicciones respecto a lo que significa *investigar las ciencias de la comunicación*.

En afanes de concisión, delimitamos precisamente el tema de estudio: la *incomunicación* dentro de la *incomunicación*. No la ausencia de ésta, sino los problemas que conlleva, que implica, que contiene de manera implícita e intrínseca.

Esta búsqueda llevó a una abstracción filosófica: encontramos que la comunicación ha sido mitificada e idealizada. Las esperanzas de la humanidad han sido depositadas en ella, de forma tal que el concepto *comunicación* se convirtió en un argumento que soluciona(ba) todo, ignorando que la comunicación como valor es, desde el principio, humana. Por ende, expuesta a errores y perfeccionamientos.

En segundo término, efectuamos la localización de un caso, no escogido al azar pero sí correspondiente a búsquedas interiores, a rompecabezas armados a medias a lo largo de la existencia, cortos trazos en el tiempo que se cruzan con otros hasta empezar a dibujar, en la distancia, un sentido y una dirección.

Así surgió la necesidad de establecer dos obras de arte como objeto de análisis: la novela *Cándido* de Voltaire (primer capítulo), lectura de formación clásica universal, un producto del siglo XVIII vigente hoy día. Esto incluyó la revisión y el disfrute de seis ediciones particularmente distintas y su versión operística llevada al video. Viajes en el tiempo, cambios de códigos que van del francés al español y al inglés, la eufonía de un retrato indeleble: *Cándido* es de los pocos héroes literarios que perviven entre la filosofía y la comedia, una especie de adolescente ubicuo, una autobiografía no autorizada por el visionario e ilustre francés que lo creó, un adelanto de la globalización más realista, más pesimista, más optimista y más propositiva que uno puede hallar entre la oferta cultural de estos tiempos finiseculares que huyen.

La segunda obra seleccionada fue una película que aparentemente nada tiene que ver con el título anterior ni con sus temas: el optimismo, la visión cultural de Occidente. Pero de la intuición entusiasta y la indagación cinéfila surgieron claves que evidenciaban una posibilidad para establecer nexos entre aquella novela francesa y la historia de la película hecha por Jim Jarmusch: *Más extraño que el paraíso* (segundo capítulo). Un lienzo en acción blanquinegra que resulta iconoclasta para los escasos, si los hay, fanáticos o fieles a ultranza del sistema de vida estadounidense. Y sí los hay, tristemente corrijo, sin chovinismo, cada vez más.

Ambas obras en video. Ambas críticas surgidas desde dentro de los países centrales en que han surgido dos cosmovisiones recientes: la Ilustración Europea, el Consumismo Norteamericano. Dos épocas recíprocamente relacionadas.¹

¹ Ver T. Docherty (comp.), *Postmodernism. A reader*, Nueva York, Columbia University Press, 1993. Véase sobre todo la introducción (págs. 9 y 10), en donde el compilador elabora un ensayo mencionando como ejemplo de optimismo en la Historia a la Ilustración y al *Cándido* de Voltaire, ambos como precursores de algunos principios teóricos contemporáneos.

El concepto de *paraíso* es fundamental en este trabajo: el hombre ha buscado desde antigua data un territorio donde se materialice la *felicidad*. La búsqueda de ésta se transforma en la persecución de un lugar (distinto al propio) en el que la bonanza se concrete. El paraíso es la utopía, un sitio que se persigue pero que nunca se encuentra; cuando encontrado, llega el desencanto, la decepción. La tan ansiada felicidad se vuelve utópica, el lugar del nunca jamás, aquel donde el caos es imposible.

El *Cándido* es un catálogo de paraísos propuestos. El de Jarmusch un recuento de otros tantos, mucho más reconocibles. Pero el objetivo de este trabajo no se detiene en las comparaciones, importantes sin duda para lo que sigue y que consideramos relevante: la reflexión sobre estas dos obras nos lleva a otra sobre su medio portador, el *video*.²

Lo que inicialmente parecía un análisis sobre cine y literatura se transformó rápidamente en un trabajo sobre un medio específico: la televisión, la técnica del video y concretamente, el *videoclip*³ (tercer y último capítulo). El video como una propuesta de paraíso. Utopía vuelta imagen. Este producto cultural, cada vez más asequible, ubicuo, también se está enfrentando actualmente a su evolución.

En lo que a recepción se refiere, el *videoclip* ya no se observa únicamente por televisión, ahora también está en la pantalla de la computadora.⁴ En cuanto a su formato, ya no está sólo el videocasete, sino también el video en disco compacto (sistema *dvd*®). Y respecto a su elaboración, lo mismo puede ser hecho por cineastas connotados que por legos, neófitos amadores del video casero.

De la especialización a la individualización en la fabricación de imágenes. De la utopía imaginada a otra inefable (por críptica e indescribible, a veces), más visual que oral y por tanto enigmática y de múltiples apariencias. Por una parte, las modernas utopías se asoman a través de

² En España le llaman *video* y tanto la pronunciación como la grafía cambian. Sin embargo, el acuerdo cultural en México y en buena parte de Latinoamérica parece preferir la omisión del acento.

³ El término inglés es *video clip*, pero en este trabajo optamos por unir ambos vocablos para formar un solo concepto.

⁴ Respecto a este tema véase P. Hayward & T. Wollen (comp.), *Future Visions. New Technologies of the Screen*, Londres, BFI, 1993, especialmente los capítulos dedicados a efectos especiales, televisión de alta definición, multimedia, juegos interactivos, realidad virtual y ciberespacio.

cualquier televisor y por otra, parecen ser no desentrañables, intraducibles al lenguaje común.

Dimos un salto entonces de la comunicación idealizada al medio concreto: si la incomunicación es una característica implícita y un riesgo intrínseco de toda comunicación, un medio específico para su estudio es el videoclip, ese fragmento de tres minutos que queda *empaquetado*, a manera de archivo, en la memoria del espectador. Aquí notamos otro avance cuantitativo y cualitativo: el video no sólo existe en tanto objeto humano *interiorizable* sino que existe en cuanto objeto humano *interiorizado*.

Así, queda el videoclip como un fragmento de memoria visual revisitable, revisable. La mente guarda imágenes que son representaciones culturales. Éstas son icónicas, auditivas, verbales, gráficas. Son reflejos de vida intercambiables, entrecruzables. La transición de un tiempo a otro en nuestra cotidianeidad mundial está (siendo) caracterizada por una exposición continua, semiindiscriminada, rozando los sutiles campos de lo que puede denominarse *saturación* o *sobreexposición* a las imágenes audiovisuales.

Nuestra hipótesis es que *el videoclip mental, aquel que el espectador elabora tras su exposición a mensajes audiovisuales, es a su vez portador de visiones paradisiacas y un sustituto optimista de realidades cotidianas que, a través de la fantasía onírica tanto diurna como nocturna, reducen las incertidumbres humanas y sobre todo mantienen un espacio de debate interior sobre la conveniencia de la continuidad de la existencia social e individual.*⁵

⁵ Este ensayo no se centra en la relación entre cine y psicología. Sin embargo, es útil revisar algunos textos especializados. Véanse, de C. Metz, *Essais sur la signification au cinéma*, París, Klincksieck, 1968 y *Psicoanálisis y cine. El significante imaginario*, Barcelona, Gustavo Gili, 1979. En este último, Metz señala que Lyotard se aproxima a lo ya dicho por Freud en *La interpretación de los sueños*: "La labor del sueño ni piensa ni calcula; de manera más general, tampoco juzga; se limita a transformar". Particularmente sobre la perspectiva psicoanalítica, ver S. Freud, *Obras completas* (vol. VIII), Bs.As., Amorrortu, 1994, en donde se encontrará el desarrollo que Freud hizo sobre los conceptos de fantasía y artista. Ya sin la visión psicológica, pero en la tónica de nuestra hipótesis, ver J. Cazaneuve, *El hombre telespectador (Homo telespectator)*, Barcelona, Gustavo Gili, 1977; F. Colombo, *TV: la realidad como espectáculo*, Barcelona, Gustavo Gili, 1970; M. Rivière, *La moda ¿comunicación o incomunicación?*, Barcelona, Gustavo Gili, 1977.

Dicho de manera sencilla: cada espectador elabora su propia versión de video sobre el mundo y la relación que su vida tiene con ese mundo.⁶ Se activan así mecanismos que son a la vez y en parte colectivos y personales, sociales y culturales, psicológicos y masivos. Fenómenos entrelazados, entrelazables. La diferencia fundamental radica en lo pasivas o activas que pueden llegar a ser estas perspectivas.

La búsqueda de felicidad es la hipótesis humana por excelencia. Conforme se avanza temporalmente en la vida, el sujeto o proyecto de ser humano suele expresar lo que conocemos como un discurso monológico en el que el diálogo sólo existe con otro semejante. Pero la sola expresión *puede* ya ser resultado de un debate interno. Los peligros y los miedos naturales e inventados del sujeto social *justifican* dicha polémica y por consecuencia, el surgimiento de doctrinas optimistas, discursos en los que a todo problema sigue un final feliz.

El *happy ending*⁷ es el verdadero centro de estas reflexiones. Las preguntas de investigación se fueron sofisticando al mismo tiempo que se profundizaba, hallando sencillo lo complejo: ¿por qué la mayoría de los relatos se resuelven de manera feliz?, ¿por qué la gente *prefiere* las historias en las que inevitablemente los conflictos concluyen positivamente?, ¿es la cultura occidental *paradisiaca* en ese sentido?, ¿por qué hay artistas que proponen precisamente alternativas al *principio* del final feliz a ultranza?, ¿de qué manera se manifiestan estas historias en la sociedad, en el individuo y lo que suele estar en medio de éstos, o sea los *media*?, ¿por qué los finales felices referidos principalmente a la ficción, se transforman en expectativas idénticas para los eventos reales de la cotidianidad?, ¿de qué manera la publicidad aprovecha este fenómeno?

⁶ Véase G. Deleuze, *La imagen movimiento*, Barcelona, Paidós, 1984. El autor estudia las especies de imágenes de acuerdo a Peirce (que a su vez nos remite al clásico *Ecrits sur les signes*, Paris, Seuil), en donde *primeidad* es afección y *segundeidad* es acción del espectador respecto a la imagen; la *terceidad* (que Peirce consideró su principal descubrimiento) es lo mental, la relación entre imagen y sujeto. En el capítulo 12 (págs. 275-299), *La crisis de la imagen acción*, elabora el concepto de *opsigno* y *sonsigno*: imagen óptica y sonora que rompe los lazos sensorio-motores, desborda las relaciones y ya no se deja expresar en términos de movimiento, sino que se abre directamente al tiempo. Véase también G. Deleuze, *La imagen tiempo*, Barcelona, Paidós, 1987, en una conclusión sorprendente: "El cine es una nueva práctica de las imágenes y los signos, y la filosofía ha de hacer su teoría como práctica conceptual, pues ninguna determinación técnica aplicada (psicoanálisis, lingüística) o reflexiva es suficiente para establecer los conceptos del cine mismo. La pregunta entonces ya no es ¿qué es el cine?, sino ¿qué es la filosofía?" (el subrayado es nuestro).

⁷ Final feliz, citado en inglés como lugar común, ¿será más creíble en esa lengua?

Son muchas las preguntas y más de una su respuesta. Otra pregunta derivada pero que va aún más allá de los alcances de este trabajo es la inquietud de conocer si existe la estereotipia o lo arquetípico en las obras artísticas sobre lo *anglo* y lo *latino*, en un sentido en que tanto Voltaire como Jarmusch se volverían representantes atípicos de sus orígenes e ideologías culturales asignadas convencionalmente, fusionando en sus creaciones las confrontaciones de las dos corrientes (latina y angla) hasta llegar a dar y proponer algo que sería tal vez la “escuela” *anglolatina* de la cultura occidental global y posmoderna.⁸

Pese a la escasez de fuentes sobre los temas investigados (el videoclip y el video de ópera, así como el cine en video⁹), mucho de lo escrito en este ensayo se debe a las obras analizadas y también a la información obtenida por diversos medios respecto a ellas.¹⁰ La sección **anexos** es muestra de este ejercicio de “pluralidad democrática informativa” en la que todo indicio puede aportar vías expansivas de conocimiento (desde una perspectiva de análisis exhaustivo), indudablemente una postura optimista respecto al estado de cosas que el bisílabo *info* significa actualmente en nuestras vidas.

Recapitulando, tenemos que la primera parte de este trabajo se refiere al análisis de *Cándido*, magnífico pretexto para descubrir la figura de Voltaire, prototipo del intelectual europeo, constantemente evocado en la actualidad.¹¹ Asimismo, implicó un cambio de formato al dirigir nuestro análisis a la ópera homónima de Leonard Bernstein, que al estar disponible en video hizo las veces de versión *icónica* del texto original.

⁸ Ver A.L. Woll, *The Latin Image in American Film*, Los Ángeles, UCLA, 1977, especialmente la introducción (págs. 1-5) y el epílogo (págs. 106-122). Pero sobre todo F. Jameson, *La estética geopolítica. Cine y espacio en el sistema mundial*, Barcelona, Paidós, 1995, en cuyos capítulos también se hallan múltiples referencias al video y la utopía (sobre videoclips, pág. 158), de alguna manera continuación de su excelente ensayo *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*.

⁹ Sobresale en este panorama L. Picazo Sánchez, *Una década de video en México 1980-89*, México, Trillas, 1994, útil si se requiere apreciar el fenómeno desde su ángulo mercantil, especialmente en lo que a dependencia extranjera y monopolios nacionales se refiere.

¹⁰ Las fuentes bibliográficas siguen siendo las más sólidas. Sin embargo, ya hay muestras interesantes desde la televisión. Véanse especialmente los programas *Mediatv* de la televisora canadiense *Citytv*, que desde 1995 hace estudios sobre medios (algunos de los cuales han sido visibles en la programación del canal CNI 40, actualmente Azteca 40) y con una excelente página en www.citytv.com. Por otra parte, VV.AA., *Videoculturas de fin de siglo*, Madrid, Cátedra, 1992.

¹¹ Así se nota en el prólogo que Fernando Savater hace en Voltaire, *El Ingenuo*, Madrid, Siruela, 1997.

Ese fue un hecho que le dio un giro posmoderno a nuestra investigación, al plantearnos como objetivo primero el análisis del *Cándido* literario desde varias ediciones; después, el análisis a su transformación en ópera, espectáculo visible a través de las comodidades y ventajas del videocasete. Llamamos aquí situación *posmoderna* al hecho obvio de que no sólo estudiamos una obra fija en el tiempo sino también sus transformaciones.

La segunda parte corresponde al análisis efectuado sobre una película, *Más extraño que el paraíso*, de Jim Jarmusch, también disponible en video. El estudio aquí cambia en primer lugar porque su autor está vivo y este hecho transforma el enfoque y el cúmulo de información sobre su obra. Por eso el título de esta parte se convirtió en *Jarmusch* y no en *Más extraño que el paraíso*. En segundo lugar, la cinta de Jarmusch no procede de una obra literaria previamente publicada, ya que este director se caracteriza por ser autor de sus guiones. La vanguardia que encabeza no es colectiva sino fragmentaria: en parte cine negro¹², en parte comedia, en parte serie, todo amalgamado en un extraño coctel de diálogos, secuencias y banda sonora minimalistas.

En cuanto a la metodología tomada como base de análisis filmico, es necesario mencionar que se nutrió de dos fuentes distintas mas no irreconciliables: la escuela norteamericana y la europea. Acorde a la primera, fueron detectados los principales elementos de factura cinematográfica; de acuerdo a la segunda, fue posible estudiar el *video* desde la óptica filmica e intentar salir del formato hasta indagar en otros ámbitos (los extrafilmicos) que se cuestionan sobre el cine más allá de la pantalla y tratan de llegar a la mente y a la sensibilidad de cada espectador individual, así como al panorama de la sociedad que enmarca la proyección. Debemos señalar que ambos enfoques (especialmente el segundo) son *liberadores*, pues todo temor de encasillamiento queda nulificado en esta perspectiva y con el enfoque americano, todo temor de *dispersión* se reduce y hay una constante remisión hacia lo objetivo, lo racional, lo cuantificador.¹³

¹² Ver C.F. Heredero y A. Santamarina, *El cine negro*, Barcelona, Paidós, 1996.

¹³ ¿Serán esos los principales temores o diferencias de las escuelas *continentales*, por así llamarlas? En cuanto al estudio cuantificador, hay agradables muestras de este trabajo también en la escuela europea, como se puede ver en J. Talens, *El ojo tachado*, Madrid, Cátedra, 1986, en el que se analiza cuadro por cuadro (en 382 fotogramas) la cinta de Luis Buñuel, *Perro andaluz*.

Sin embargo, de ambos análisis pasamos a un objetivo más general, que incluía tanto a *Cándido* como a *Jarmusch* pero que tenía que ver con cualquier obra de video observada y su efecto en la memoria, en el ánimo, en la recepción. En el proceso comunicacional que implica el *ver videos*, algo hay de factores cinematográficos y metafílmicos. Por lo tanto, es un campo de acción multidisciplinario que permite tanto la incursión de elementos filosóficos como de temas teóricos contemporáneos. Es por eso que el encuentro “comunicación *versus* incomunicación” considera al receptor común de imágenes en movimiento justo en este momento histórico en el que globalización y posmodernidad son menciones frecuentes.¹⁴

La comprobación de la hipótesis nos confirma que, efectivamente, el receptor de imágenes en movimiento elabora o al menos tiene la capacidad de elaborar una síntesis de lo visto. Es el archivo de imágenes, la crestomatía personal, la iconoteca que cada individuo porta consigo. Una síntesis que puede ser precaria o abundante, dependiendo de los niveles de atención, del trasfondo subjetivo de la persona y del nivel de sofisticación que la persona guarda respecto a su *alfabetismo* o *literalidad* visuales. Todo se entrecruza. La serenidad, el gozo y la inteligencia puestas a prueba frente a una pantalla pueden resultar un enigma cerrado en tanto no nos atrevamos a poner *palabras* que capturen al fenómeno. Por eso consideramos más importante *hablar* de las imágenes que simplemente verlas.¹⁵

Las revelaciones aportadas por este trabajo incluyen principalmente esta: no hemos hallado el hilo negro. El verdadero descubrimiento consistió en reconocer que se estaba estudiando lo obvio y que de ello se habla poco o

¹⁴ Ello no impide la dispersión y la confusión al respecto. Podemos delinear un concepto de globalización y posmodernidad *latinoamericanas* que no se convierta automáticamente en apología entusiasta de las cotidianidades contrastantes que en nuestras regiones se viven; al contrario, una conceptualización que incluya la crítica y las desventajas que implican *vivir* (*¿contemplar?*) el desarrollo desde el no-desarrollo. De igual modo, el cúmulo de versiones teóricas que nos llegan a la *periferia académica* no es completo del todo, como si Latinoamérica no pudiera describirse, autocrificarse y conocerse a sí misma.

¹⁵ Aquí vuelve el asunto de toma de postura optimista o pesimista respecto a los medios, que lleva a algunos autores a afirmar que el *homo sapiens* no existe más. Ver G. Sartori, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, México, Taurus, 1997.

se cree que todo está dicho.¹⁶ Todavía hay mucho por decir de la relación de la humanidad con sus productos culturales y el privilegio que el ambiente académico otorga a todos los interesados en su estudio es precisamente la oportunidad de fabricar un *discurso* que explore ámbitos novedosos desde una perspectiva original y exhaustiva. La *maestría* sólo puede obtenerse así.

Un último punto: si algo constante y peculiar enlaza a *Candide, Stranger Than Paradise*¹⁷ y a *Comunicación versus incomunicación...* es una postura seria de análisis respecto a un tema poco tratado a profundidad en nuestras latitudes: el estudio del *sentido del humor* y la *corrección política*. Ello es un cometido a continuar en el futuro próximo, a corto plazo. Es una apuesta que promete más resultados de los que inicialmente predibuja y viceversa.

Y si la propuesta exige sacrificio, está ablandada por este precedente, que halló alicientes y variopintos mentores en entrañables figuras: va mi agradecimiento a la Dra. Ana Goutman, directora de esta tesis, así como a compañeros y amigos que han animado el proyecto. Agradezco también los servicios de la Biblioteca de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, así como a la Biblioteca Central, la de la Facultad de Filosofía y Letras, la Biblioteca y Hemeroteca Nacionales, la Biblioteca Benjamín Franklin de la Embajada de Estados Unidos en México, al Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM, a la Biblioteca del Centro de Estudios de Ciencias y Humanidades de la Fundación de Becarios TELMEX y al CONACYT, por los cuales este trabajo ha sido fáctico y factible.

¹⁶ El proceso de hablar lo *obvio*: descubrir y nombrar *nuevo* lo ya visto como natural, cuando en realidad se trata de (*ha sido*) un aprendizaje.

¹⁷ Títulos originales de las piezas analizadas.

*Si lo moderno estuvo guiado por las culturas anglosajonas
¿no podría la posmodernidad ser la época de las culturas latinas?*

Gianni Vattimo

*El saber postmoderno no es solamente el instrumento de los poderes.
Hace más útil nuestra sensibilidad ante las diferencias,
y fortalece nuestra capacidad de soportar lo incommensurable.
No encuentra su razón en la homología de los expertos,
sino en la paralogía de los inventores.*

Jean-François Lyotard

CAPÍTULO 1. CÁNDIDO

¿Cuánto se invierte en la lectura de un clásico de la literatura como lo es *Cándido o el optimismo* de Voltaire? La respuesta no es simple pues se puede decir que cuatro horas bastan para leer esta breve novela. Pero hay mucho más por esperar cuando la lectura es atenta. Puede darse el caso que sea una lectura la cual nunca abandonaremos y a la que prometeremos fidelidad absoluta.

Al menos, ese es mi caso. No por tener seis ediciones distintas o por haber rebasado ya la decena de ocasiones en que la hemos leído con suficiente atención se da por concluida. Los clásicos son para siempre y es el lector quien cambia ante la obra, no viceversa.¹

¹ Se revisaron seis ediciones de *Cándido* para este trabajo: Voltaire, *Candide*, París, Didier, 1972; Voltaire, *Cándido. Zadig*, Barcelona, Novaro, 1970; Voltaire, *Cándido*, Bogotá, La Montaña Mágica, 1986; Voltaire, *Cándido o el optimismo*, México, SEP, 1988; Voltaire, *Cándido. Micromegas. Zadig*, México, REI, 1991; Voltaire. Diderot, *Obras escogidas*, España (sic), Conaculta-Océano, 1999. Excepto la edición Novaro, todas incluyen prólogos, algunos excelentes, como en el caso de las ediciones Didier y REI.

*Si lo moderno estuvo guiado por las culturas anglosajonas
¿no podría la posmodernidad ser la época de las culturas latinas?*

Gianni Vattimo

*El saber postmoderno no es solamente el instrumento de los poderes.
Hace más útil nuestra sensibilidad ante las diferencias,
y fortalece nuestra capacidad de soportar lo incommensurable.
No encuentra su razón en la homología de los expertos,
sino en la paralogía de los inventores.*

Jean-François Lyotard

CAPÍTULO 1. CÁNDIDO

¿Cuánto se invierte en la lectura de un clásico de la literatura como lo es *Cándido o el optimismo* de Voltaire? La respuesta no es simple pues se puede decir que cuatro horas bastan para leer esta breve novela. Pero hay mucho más por esperar cuando la lectura es atenta. Puede darse el caso que sea una lectura la cual nunca abandonaremos y a la que prometeremos fidelidad absoluta.

Al menos, ese es mi caso. No por tener seis ediciones distintas o por haber rebasado ya la decena de ocasiones en que la hemos leído con suficiente atención se da por concluida. Los clásicos son para siempre y es el lector quien cambia ante la obra, no viceversa.¹

¹ Se revisaron seis ediciones de *Cándido* para este trabajo: Voltaire, *Candide*, Paris, Didier, 1972; Voltaire, *Cándido. Zadig*, Barcelona, Novaro, 1970; Voltaire, *Cándido*, Bogotá, La Montaña Mágica, 1986; Voltaire, *Cándido o el optimismo*, México, SEP, 1988; Voltaire, *Cándido. Micromegas. Zadig*, México, REI, 1991; Voltaire. Diderot, *Obras escogidas*, España (sic), Conaculta-Océano, 1999. Excepto la edición Novaro, todas incluyen prólogos, algunos excelentes, como en el caso de las ediciones Didier y REI.

La intención de este trabajo no es realizar un análisis literario de la novela en cuestión.² El objetivo es establecer una serie de relaciones entre el *Cándido* literario y el *Cándido* que se vuelve imagen de video en un ópera homónima. Es una cadena de acontecimientos que se van acumulando hasta llegar al tema de la comunicación y la incomunicación.

Paraíso: expulsión y recuperación

Hay en *Cándido* tres idealizaciones: dos de ellas se derrumban estrepitosamente y la tercera y última se abre como un horizonte nuevo.

Un mundo idealizado

La primera idealización es la del mundo: Cándido es un joven que encarna las mejores posibilidades de la vida. Su rostro es reflejo de su espíritu. Es un alumno que aprende con interés y entusiasmo la filosofía del optimismo, instruida por el doctor Pangloss, poseedor éste, si no de todas las glosas del universo, sí de un discurso que tiene su propia lógica: el mundo es el mejor de los mundos posibles y todo lo que en él (nos) sucede, es para bien. Es un discurso paralógico, de lado de la lógica.³

Cándido es un ser social de origen incierto pues se nos entera que vive en un castillo pero como hijo ilegítimo. Es expulsado cuando se le sorprende enamorando a Cunegunda, la hija del barón. Hasta aquí *Cándido* parece la típica historia de un amor frustrado por impedimentos de clases sociales, pero la trama se complica: la educación optimista que ha recibido se ha

² Sin embargo, existen excelentes fuentes para emprenderlo. Véase H. Beristáin, *Análisis estructural del relato literario*, México, UNAM-Limusa, 1997, especialmente la parte dedicada al plano del discurso, en donde se mencionan, de acuerdo con Barthes, los otros sistemas que integran el universo extralingüístico (y que son los sistemas sociales y los ideológicos). Ello nos remite a R. Barthes y otros, *Análisis estructural del relato*, México, Coyoacán, 1996, con especial atención al relato fílmico (págs. 77-98 y 155-160).

³ Ver N. Abbagnano, *Diccionario de filosofía*, México, FCE, 1975, especialmente los conceptos relativos al optimismo y la paralogía. También J-F. Lyotard, *La condición postmoderna*, México, REI, 1990, sobre todo introducción (págs. 9-11) y capítulo 14, *La legitimación por la paralogía* (págs. 109-119). Es obvio que Lyotard daba por sentado las diferencias entre lo verídico y lo verosímil en los discursos del saber científico, así como las consecuencias de su interacción entre los medios y la sociedad.

internado en su persona y sale de regreso a la sociedad a través de actos. Si algo caracteriza a este libro clásico, ese algo es su acción constante.⁴

Al idealizar el mundo, Cándido imagina que vive en un *paraíso*, en el mejor de los mundos posibles. Pero al ser expulsado de éste, su filosofía lo nutre para intentar recuperar lo perdido. Elabora un plan empíricamente: si con Cunegunda era feliz, toda su vida girará en torno a la recuperación de un amor que no se concretó. Su romance fue un intento fallido. Si capítulo tras capítulo lo que le acontece son desventuras, para contrastarlas se repite continuamente que con ayuda de las enseñanzas de su maestro Pangloss recuperará a Cunegunda y a través de ella, la felicidad.

El derrumbe se da poco a poco. Una serie de desgracias, que para el lector resultan risibles, orillan al personaje a cuestionarse sobre la conveniencia de ser optimistas. La duda hace su aparición y el dilema crece: la realidad comunica pesimismo o escepticismo, sólo su cultura es optimista.

Un romance idealizado

Cunegunda es una joven educada similarmente. Sin embargo, su mundo se derrumba de una manera mucho más drástica: por una guerra pierde todo su respaldo social y es maltratada físicamente por los militares. Esto es, resulta herida y violada. A partir de ese momento su vida transcurre entre ser dama de compañía o esclava. Como personaje femenino, Voltaire nos presenta en Cunegunda a una mujer que encarna el amor pero es un amor rebajado.

La belleza de Cunegunda es pasajera. Aunque se convierte, a lo largo de la historia, en una mujer despierta, resuelta e inteligente, su tragedia consiste en perder sus bondades físicas. Voltaire nos entrega la transformación del ideal amoroso en forma de una vieja arrugada y malhumorada que causa terror a Cándido, quien cumplirá su promesa matrimonial no se sabe si por piedad o por integridad ética, o ambas virtudes. El lector tiene que imaginar y elaborar su propia historia.

⁴ Para ver con precisión el desarrollo de esta idea, ver especialmente el ensayo *Cándido o la velocidad*, en Í. Calvino, *Por qué leer los clásicos*, México, Tusquets, 1992 (págs. 108-112).

Pocos autores tienen la valentía de tratar así el tema del romance. Estamos hablando del siglo XVIII y bien sabemos que el antirromanticismo es un estilo presente en todas las épocas. Pero la fuerza del *Cándido*, un éxito de librería que realmente llegó a la popularidad, debe y puede ser considerada aparte. El efecto de destruir la imagen del amor, mínimamente, es doble: hay un efecto cómico y otro trágico. Cunegunda es un personaje insólito y solitario. De ser la bella heroína se transforma en una encarnación real: una mujer que fue hermosa pero cuya vida difícil y dura le aceleró la vejez y la llevó a perder sus bellezas.

Un trabajo idealizado

Ciertamente, toda actividad creadora puede ser vista como un jardín. Es un punto en el que coinciden las culturas, sean occidentales, orientales u otras. La civilización se funda en el cultivo, luego en la cultura. Cándido decide concentrarse en el trabajo, en el cultivo de un jardín: si al idealizar el mundo sólo obtuvo decepciones y al idealizar el amor lo que consiguió fue una esposa envejecida prematuramente, sin la belleza que alguna vez poseyó, lo que le resta es *plantar*: plantar los pies en la tierra y plantar un huerto.

La labor no es solitaria: la granja está formada por una pequeña comunidad integrada por los principales personajes de la historia. Cada uno de ellos se transforma al cultivar el jardín. Si su pasado era oscuro y triste, la nueva actividad les llevará conforto. Si su pasado era ambicioso y elitista, el jardín les dará serenidad y modestia. El jardín es una especie de justo medio. Es un paraíso terrenal distinto al idealizado en la cultura judeocristiana. El jardín es realidad, resignación, optimismo mesurado y sobre todo, activo. *Cultivar nuestro jardín* es un discurso lacónico, una invitación al silencio reflexivo.

Simbólicamente, Voltaire sitúa este jardín en las afueras de Constantinopla, esquina de Europa, por llamarla de algún modo. Tras las peripecias presentadas tanto en el viejo continente como en América, la granja que Cándido y su tropa (por *troupe*) inauguran representa un recomienzo, un horizonte afable: es el trabajo no para enriquecerse materialmente sino para sentirse productivos; una labor para serenarse,

evadir los discursos mundanos sin llegar al exceso de una doctrina o secta. Sin embargo, significa otra idealización: la de vivir para y a través del trabajo.

Movimientos geográficos

¿Por qué hay tantos viajes en *Cándido*? Voltaire quiere enseñar el mundo a sus lectores. Es un viaje vicario, sustituto de la realidad. El lector viaja con su imaginación y con el texto como guía hacia mundos cercanos, lejanos y utópicos.

La Ilustración, el Iluminismo, ordenó al mundo en la enciclopedia, la biblia laica que, acorde al alfabeto, intenta presentar una totalidad y una globalidad: todos los temas y épocas, todas las historias y nombres. Un plan ambicioso. Lo que hoy sería el Internet para los posmodernos (Internet es a la enciclopedia lo que la posmodernidad a la Ilustración, en un juego de mayúsculas que resalta a veces el objeto, a veces la época).⁵

Voltaire, se nota, fue un entusiasta líder de su momento histórico: su afán enciclopédico se vuelve estilo y estrategia, más en términos de intensidad que de intencionalidad. En treinta breves capítulos de tres páginas en promedio, ofrece un viaje de ida y vuelta por el mundo para transformar la cosmovisión del público. Voltaire quiere comunicarse plenamente. Una vez leído, será raro que alguien dude si lo logra o no.

Las Europas

Más que trazar un mapa (de Westfalia a Holanda, de Cádiz a Lisboa, de Venecia a París y hasta Constantinopla), notemos que los recorridos que

⁵ Ver D. Harvey, *The Condition of Postmodernity*, Cambridge, Blackwell, 1990. En el segundo capítulo, se menciona a Voltaire (pág. 27) y a otros como escritores representativos al creer que una idea racionalista sería capaz de controlar y ordenar al mundo; también se menciona a los medios como el paisaje reciente (de los últimos veinte años) en el que se mezclan y reciclan todas las imágenes hasta formar la ciudad contemporánea como *pantalla gigante* (págs. 10-38). Véase asimismo S. Zunzunegui, *Pensar la imagen*, Madrid, Cátedra, 1995, especialmente el capítulo XIII, *Imagen y medios tecnológicos*, sobre diversos medios y el paso del "aura" (concepto de W. Benjamin) a la copia múltiple (págs. 105-113).

Cándido realiza son tránsitos culturales: lo que Voltaire hace es constatar estereotipias sobre lo sajón, lo anglo, lo latino y lo semiasiótico.

Entre los comportamientos absurdos, el más ridiculizado es el frío ambiente y personalidades de los germanos, y de paso los búlgaros, retratados como los belicosos hablantes de una lengua caricaturesca⁶, cacofónica y difícil de pronunciar; los anglosajones son mostrados como hipócritas que castigan ejemplarmente causas injustas. Existe todo un episodio anglófilo en la biografía de Voltaire y por ello no pasa desapercibida su crítica a la cultura isleña que eligió por autoexilio durante su juventud.⁷

Del contraste latino hay mucho material: es el fanatismo religioso la causa de los principales problemas de España y Portugal: ignorancia, corrupción, violencia. Lo latino en Francia y en Italia varían poco; al contrario, se le agrega el progreso económico del turismo con atracciones comerciales como los casinos y los fastuosos carnavales. Curiosamente, son los holandeses, con su mezcla anglolatina, los que son sugeridos, con cautela, como tolerantes y liberales pero todavía con resabios de mezquindad e injusticia.

Nadie se salva, ni siquiera en la Europa casi asiática. Constantinopla es presentada como un mundo aparte, lejos de la mundanal occidentalización pero demasiado cerca de los regímenes autoritarios que utilizan tortura y sanguinarias técnicas de terror para imponer la paz.

Voltaire hace un reportaje y parece presentir la atmósfera prerrevolucionaria y antimonárquica de la Francia que le tocó vivir, extendiendo su visión a la del planeta entero. Como ejemplo, el personaje de la anciana (criada de Cunegunda) quien cuenta sus recorridos por Rusia y África: un mundo convulso en el que sobrevivir es ya ganancia.

⁶ El castillo del barón de Thunder-ten-tronckh (capítulo 1) y la ciudad vecina de Valdeberghoff-trarbk-dikdorff (capítulo 2), en todas las ediciones de *Cándido*, obras citadas.

⁷ En la biografía de Voltaire hay un episodio en el que el caballero de Rohan lo insultó en la ópera en relación al origen de su nombre. "*El nombre que llevo no es un gran nombre, pero al menos yo sé cómo honrarlo*", contestó Voltaire. Aquél levantó su bastón, Voltaire tomó su espada, la actriz Lecouvreur se desmayó y el incidente pasó. Días después Voltaire fue golpeado afuera de su casa por seis hombres al mando de Rohan. Voltaire lo retó a duelo pero la diferencia de clases lo impedía. Ningún noble lo apoyó. Rohan lo mandó a la Bastilla. Voltaire estuvo allí poco tiempo y recién liberado, se embarcó hacia Inglaterra. Aquí se ve cuánto de autobiográfico puede haber en *Cándido*. Ver H.N. Brailsford, *Voltaire*, México, FCE, 1941.

Las Américas

Norteamérica parece importarle menos a Voltaire (prefiere el exotismo de la Guyana al de Quebec, si de colonias francesas se trata). En Latinoamérica lo que él ve es el poder de la Iglesia, el cual llega a instaurar y patrocinar guerras entre países colonizadores y colonizados; también está presente un barroquismo en los personajes que se denota en largos y pretenciosos apellidos.⁸

Pero América es, sobre todo, paisaje enorme, sorprendente: caníbales que comen jesuitas, mujeres zoológicas que tienen a monos por parejas. Sudamérica encierra mitos mayores: allí se encuentra Eldorado, utopía perfecta, paraíso terrenal en donde la gente progresa, vive en paz sin ambiciones, dedicadas a la ciencia, a la concordia, entre abundantes recursos naturales y una avanzada cultura. Pero Cándido huye de Eldorado por no tener a Cunegunda. La inaccesibilidad del lugar sugiere que una vez fuera, no se le vuelve a encontrar.

La desmitificación de América, o Sudamérica para ser más específicos, ocurre en una escena pavorosa: Cándido se encuentra con un esclavo de las plantaciones de azúcar, mutilado por sus dueños al querer escapar. Martín, escéptico empedernido, exclama una frase memorable que sólo compite con el *Todo está bien en el mejor de los mundos posibles* del principio y con el *Cultivemos nuestro jardín* del final: *Éste es el precio al que ustedes comen azúcar en Europa*. La importancia de este momento es central pues señala la renuncia de Cándido al optimismo, aunque resulta una renuncia ambigua porque no se sabe si es temporal o definitiva.

Novela, guión

¿Por qué es así de breve y ágil el estilo narrativo de Voltaire? *Cándido* es una historia lineal y estructurada con justedad: cada capítulo sintetiza lo que el lector encontrará si lee. Estos encabezados a manera de telegramas

⁸ Don Fernando de Ibarra y Figueroa y Mascarones y Lampurdos y Souza (pág. 57 de *Cándido*, SEP, obra citada).

sirven como adelantos que describen los acontecimientos que forman la historia (ver el capitulado en **anexos**).

Voltaire se hizo célebre por ser un intelectual de arrastre popular y se le considera el iniciador del libro de bolsillo.⁹ Su deseo era que el hombre común se entretuviera y aprendiese algo en una sencilla historia de aventuras trágicas con efectos cómicos. El perfil de su lector fue vanguardista al prefigurar un lector típico de los siglos venideros.

Cándido y Voltaire son objeto de estudio por parte de expertos, asociaciones, fundaciones e institutos dedicados al comentario y análisis de su obra completa, incluyendo su cuantiosa correspondencia (ver **anexos**). *Cándido*, además de traducciones y ediciones ilustradas, ha sido llevado a escena en montajes teatrales mas no en películas. ¿Por qué este medio ha dejado de lado el desafío de una versión filmica a esta historia que literalmente se presta para ser una superproducción y un éxito de taquilla?¹⁰

Lo que sabemos es que el tiempo no ha vencido el poder de convocatoria del autor ni de su obra más difundida. Quizá el siglo vigesimoprimer sea el idóneo para ver, por fin, una versión digna en imágenes y sonidos de la que es, al parecer, la única novela dedicada al sublime problema del optimismo en la humanidad y que, de manera afortunada, no lo trivializa.

Pero ha ocurrido un hallazgo: existe una versión operística de *Cándido*. Música, orquesta, cantantes, coro y un conductor en escena, sin decorados pero con una propuesta innovadora: Leonard Bernstein escribió y estrenó su ópera en los años cincuenta, en pleno macartismo, sin mucho éxito. Década tras década fue agregando cambios y sugerencias hasta lograr una versión definitiva en 1990, año en que muere. Existe el video de una representación de esta ópera en Londres y es la que se analiza en este trabajo.¹¹

⁹ Más referencias en F. Savater, *Diccionario filosófico*, México, Planeta, 1996 (pág. 446); páginas antes (434), el autor enuncia: "estamos a la espera del Voltaire del fax y del CD-ROM..."

¹⁰ Es paradójica la indiferencia del cine francés hacia Voltaire. Véase J.J. Martín y A. Rubio, *Cine y Revolución Francesa*, Madrid, Rialp, 1991. En 1933 se realizó una biografía de Voltaire en cine intitulada *Voltaire*, una producción norteamericana cuyo director fue John Adolphi; en 1953, el director francés Sacha Guitry realizó *Si Versailles m'était conté*, traducida en España como *Si Versailles pudiera hablar*, con Voltaire como personaje de aparición momentánea en la película.

¹¹ Ver portada del video en **anexos**.

La pregunta técnica es: ¿es la novela de Voltaire el guión de la ópera del famoso compositor norteamericano? La respuesta es afirmativa: *Cándido* novela sirvió de base para que, adaptada al formato operístico, se trasladara en género conservando el tema, la historia y el título. Sin embargo, las licencias artísticas concedieron al músico el privilegio, más que de reconstruir al original, de entablar un diálogo abierto de creador a creador.

Los principales cambios del *Cándido* ópera se dan en tres niveles: en los personajes, en el fondo moral y en el desenlace. No es que ocurran transformaciones radicales que cancelen la versión literaria. Son acentuaciones que manifiestan que tras el trabajo de adaptación hubo una investigación profunda, un dominio del nuevo lenguaje al que se estaba llevando una obra consagrada y fundamental.¹²

Personajes narradores

Pangloss ya no es más una referencia constante en las meditaciones de Cándido. En la novela, el iluso e ilustrado doctor filósofo semimuerta tres veces (de sífilis, ahorcado por hereje, de esclavo remero...) pero consigue llegar hasta el final, al jardín en el que suspira por integrarse a una universidad: igual ocurre en la ópera, aunque en ella nunca vemos que muera (o semimuerta) sino que siempre está comentando y haciendo correcciones a la obra, como un observador crítico (ver en **anexos** las intervenciones del conductor); con todo, Bernstein decide que su papel sea triple: es Pangloss, narrador y Martín el pesimista, su extremo opuesto.

En la novela, el hermano de Cunegunda permanece anónimo: literariamente, es un personaje complejo, siempre opuesto a la unión de Cándido con su hermana; un homosexual que llega a ser padre jesuita en la comunidad de Paraguay y después es condenado a remero por sodomita. Sin embargo, insiste en oponerse al matrimonio y en vez de *cultivar el jardín*, Cándido logra reenviarlo como remero, a manera de castigo por su insolencia e ingratitud. En la versión operística, el hermano

¹² Sobre este punto es recomendable ver G. Stefani, *Comprender la música*, Barcelona, Paidós, 1987, especialmente los capítulos 4-6, *Clásica y lírica*, *Lo moderno ayer y hoy*, *Proyectos, experiencias, obras*, respectivamente (págs. 67-135).

se llama Maximiliano, cuya arrogancia deja en segundo plano su homosexualidad y se convierte en otro narrador, similar a Pangloss, pero con comentarios todavía más irónicos y mordaces sobre la historia en la que participa.

Leonard Bernstein posee él mismo un personaje dentro de su ópera. Es un narrador ya no sobre lo que meramente acontece en la historia, sino que es un comentarista que habla sobre Voltaire y él mismo, del porqué escogió a *Cándido* y lo que representa para él, así como varias anécdotas del proceso creativo que conlleva la música, los textos e incluso la misma puesta en escena.

La transformación de Cunegunda

La cantante en el rol estelar no se transforma ante nuestra vista, de muchacha bonita a vieja fea, no: a June Anderson se la ve y se la oye radiante durante toda la obra. Su personaje sufre otro tipo de transformación: Cándido descubre que la muchacha noble de la que él se enamoró se ha convertido en una prostituta rica, ambiciosa y frívola. Resignado, comprendiendo que no pudo ser de otra manera, le propone (tras unos días de silencio) reiniciar una vida juntos, dedicados al cultivo del jardín. Ella acepta reconociendo que no pueden ser ya lo que alguna vez quisieron ser (la pieza en sí es un final hermoso, pero recordemos que este trabajo no pretende ser un análisis musical de la ópera, sino de la historia de *Cándido*).¹³

Se entiende como solución narrativa y estilística la no transformación física del personaje femenino. Pero Voltaire va mucho más allá que Bernstein, porque si de mostrar prostitutas se trata, ahí está la figura de Paquette, sirvienta del barón que contagia de sífilis a Pangloss, se enreda con un falso jesuita y termina en Constantinopla con Cándido, ejerciendo su oficio sin cobrar pero siendo una dedicada trabajadora del huerto. Ciertamente, el personaje de Cunegunda es más complicado que el de Paquette: la primera representa, en Bernstein, la vida al día de una mujer decidida a ser feliz tanto en la riqueza como en la pobreza.

¹³ Al respecto se puede consultar J. Aumont y M. Marie, *Análisis del film*, Barcelona, Paidós, 1990, sobre todo en el capítulo quinto. *El análisis de la música del film* (págs. 209-211).

En la ópera, la belleza física de Cunegunda no desaparece: lo que se hace evidente es su trasfondo moral, un espíritu maltratado que se repone con optimismo a las circunstancias. Los narradores mencionan su cambio de carácter (peor que el de la anciana), pero las arias se concretan a presentarla como una mujer guapa fascinada con dos brillos: el de la sociedad y el de sus joyas. Llegado el desenlace en torno al jardín de Cándido, Cunegunda olvida sus ambiciones materiales y se da una segunda oportunidad (sin duda, un final tan optimista como el de la novela, aunque no idéntico).

Final fiel aunque modificado

Bernstein añade la presencia de Maximiliano a la empresa colectiva que significa la granja de Cándido. El cultivo del jardín se lleva a cabo no en Constantinopla, sino simplemente al norte de Venecia (el simbolismo aparente desaparece: no es un viaje hacia el oriente, sino hacia la esencia de la historia: un optimismo ubicuo, presente en donde sea que el hombre esté). Cándido resulta fiel al retrato que de él se hace en la novela de Voltaire: un modelo de hombre tolerante y con capacidad de perdonar a quien siempre puso barreras de clases sociales entre él y su amada. Maximiliano es un homosexual que deja atrás el anonimato y que adquiere el derecho, como todos, de *cultivar el jardín*.

En el video de la ópera se aprecia al conjunto de actores que intervienen en la escena: el coro, la orquesta, el reparto y el conductor. Es un gran final, con los intérpretes dando un paso hacia el frente y elevando su rostro y su mirada al tiempo que la música estalla, junto con los coros femenino y masculino, en una catarsis triunfal. El lenguaje musical es el más abstracto de todos y resulta difícil contagiar su disfrute.

El músico neoyorquino no cesa en su esfuerzo por apegarse a las intenciones del texto: dada las últimas notas de la orquesta y del reparto, hace a Pangloss balbucear, en su ñoño acento académico, la intención de agregar algún comentario erudito a todo lo presentado en la obra. Aquí es importante notar el detalle del exigente (quizá más atento que exigente, pero ¿quién que sea exigente no es atento?) auditorio que no aplaude por el simple hecho de clausurar un espectáculo, sino que interactúa con la

representación. Tras el súbito comentario de Pangloss, es Bernstein quien retoma la palabra para agradecer a todos los participantes y en un tono coloquial menciona que la obra casi no se logra presentar por culpa de la gripe, esa especie de “influenza monárquica” (comentario irónico y volteriano), toque final que da entrada al prolongado aplauso y a los créditos.

Los formatos de *Cándido*

Cándido novela

Para esta investigación se revisaron seis ediciones de *Cándido*: una versión francesa, comentada, con glosario y numeración de renglones para un estudio cifrado; dos versiones españolas, cuya principal notoriedad es que la correspondiente a Novaro en 1970 incluye la traducción al español de una censurada frase en italiano (que incluso en la edición francesa no es traducida) dada por un castrado hacia la joven que después será la anciana: *qué lastima no tener cojones para hacer lo que uno desea...*¹⁴

Las tres ediciones restantes son americanas: la primera es una curiosa traducción colombiana que se distingue de las demás por contar, obviamente, la misma historia, pero en un lenguaje alterado que resulta arcaico (lo que no le resta, al contrario, interés ni deleite): en ella, los capítulos son intitulados de manera barroca. Por ejemplo, el gobernador de Buenos Aires, personaje bigotón, de rancio abolengo, tiene apellidos distintos y aún más abundantes.¹⁵

Las otras dos ediciones son mexicanas y poseen gracias complementarias: la edición REI contiene un abundante ensayo que contribuye a la comprensión de la obra y a sembrar el interés en el lector neófito sobre la figura de su creador; la edición SEP posee una notoria, cuidadosa traducción que incluye cuentos célebres, así como una pequeña muestra de la correspondencia que Voltaire mantenía con ilustres personalidades de su época.

¹⁴ “*O che sciagura d’essere senza cogl...!*” (pág. 52, *Cándido*, SEP, obra citada).

¹⁵ Don Fernando de Leiva Figueroa Palomeque Álvarez Silva Benavides y Sotomayor (pág. 34, *Cándido*, La Montaña Mágica, obra citada).

Cándido ópera

La música de Leonard Bernstein (compositor norteamericano contemporáneo) se caracterizó por una innovadora propuesta que fusiona la música clásica con la popular: melodías agradables al oído y fáciles de recordar combinadas con armonías insólitas y sorprendentes, en un estilo inequívocamente americano; aunque hay críticos que consideraron a su *Cándido* un musical de Broadway (género nada despreciable), Bernstein no requirió tales juicios para catalogar a su obra como una ópera (quien la aprecia, lo constata).

La música de *Cándido* es alegre e incluye grandes participaciones orquestales de metales (en especial trompetas) y cuerdas (violines, principalmente). El personaje de Cándido lo lleva un tenor; Cunegunda es una soprano y la anciana una mezzosoprano. El coro (masculino y femenino) se convierte en un ingrediente esencial por sus participaciones alternadas pero constantes.

La novela fue escrita originalmente en lengua francesa. La ópera en inglés. Esa es uno de las principales transformaciones de la obra, especialmente para el espectador hispanoparlante, quien se enfrenta al triple disfrute de una obra diminuta y colosal (el francés como lengua que dominó al mundo en el siglo diecinueve; el inglés como *nueva vulgata*¹⁶ de este siglo veinte que concluye).

Cándido video

Humphrey Burton es un afamado director de video británico especializado en la grabación de óperas, tanto de puestas en escena (en vivo y con público) como de obras planeadas para ser representadas, grabadas y posteriormente difundidas y comercializadas en videocintas.

El video de *Cándido* pretende hacer sentir al espectador como parte del público del teatro. El escenario está ocupado por los músicos que hacen

¹⁶ Véanse O. Ianni, *Teorías de la globalización*, México, UNAM-Siglo XXI, 1996 (pág. 10) y R. Phillipson, *Linguistic Imperialism*, Oxford, Oxford University Press, 1992 (pág. 7).

sus pruebas de afinación. El elenco sube al proscenio, los aplausos surgen y la función inicia con el ciertamente extenso discurso del compositor y conductor de la orquesta (ver **anexos**). Ocasionalmente hay tomas dirigidas al público, en donde podemos apreciar sus rostros y vestimentas, sus gestos y actitudes.

Acompañado de un folleto en el que aparece una versión extractada del texto (en inglés y en francés), el video, en su fácil acceso, se vuelve un formato con altas virtudes didácticas. En sus imágenes se aprecia la belleza visual de la representación, la belleza sonora de una excelente pieza musical y el esfuerzo intelectual que implica la adaptación (a la vez que homenaje) del *Cándido* de Voltaire.

Análisis de la portada del video

Las imágenes de esta carátula de video son sencillas: sobre un fondo rojo vemos un globo terráqueo (el mar azul, la tierra verde) y unas líneas que lo rodean, sugiriendo movimiento; bajo la esfera, una mano de color piel clara y, apenas perceptible, la manga de una camisa blanca y un saco negro: se trata de la mano de un hombre (ver **anexos**).

El mundo al alcance de la mano

Como síntesis, la imagen de la portada es emblemática y parece expresar el deseo de todos los hombres: tener el mundo en sus manos, una frase hecha que nos habla de ambición de poder. Es una frase amoral porque no nos dice si ese deseo es para bien o para mal (aunque, bien sabemos, la ambición de poder resulta ser un sentimiento egoísta y mezquino).

¿Quién nos promete poner el mundo, no a nuestros pies, sino en nuestras manos? ¿quién no? Las tarjetas de crédito, la red Internet, las enciclopedias, el discurso optimista (incluso el más trivializado: por ejemplo en México, con el estribillo “*únete a los optimistas...*” remedo fácil de un taller de Desarrollo Humano).¹⁷

¹⁷ Esta frase se popularizó con un estribillo de una propuesta de la televisora mexicana Televisa, en un promocional invitando a la gente a unirse a clubes de optimistas (principalmente jóvenes) con

Pero en *Cándido* el mensaje es más directo: es el personaje que le da nombre a la obra el dueño de esa mano que quiere poseer el mundo, jugar con él y dirigirlo. Cándido viaja por el mundo para terminar en una esquina no queriendo hacer otra cosa que cultivar un jardín. Voltaire propone la travesía al público para insistir en su idea de que el mundo es un pequeño globo imperceptible en el universo.

Batuta en mano

Leonard Bernstein también puede ser considerado el dueño de esa mano que juega con el globo terráqueo como si se tratase de un balón. Su ópera representa no sólo su manera de ver al mundo y entender la obra de Voltaire sino un viaje por el tiempo que dedicó a la maduración de una pieza que le llevó tres décadas y algunos años más para consolidar y considerarla ya una versión definitiva.

El compositor deposita en los narradores la función de hacer imaginar al auditorio la sucesión de viajes y acontecimientos asombrosos que se desarrollan a lo largo de la historia; en efecto, en la puesta en escena no hay un solo decorado que evoque transportes o variación de paisajes: de ello se encargan las meras palabras. En cambio, de manera opuesta a las típicas portadas de video con fotos de la representación o un acercamiento al rostro de los cantantes protagonistas, la carátula de *Cándido* es una imagen elemental y de colores básicos.

No estamos aquí para decir o decidir si el fondo rojo simboliza la sangre derramada en guerras y en autos de fe como los que se muestran en la obra literaria, o la pasión de los personajes centrales (el amor, la voluntad de progreso) o incluso la pasión que mueve al compositor a persistir en su intento de consagrar su vida a la música y a la creación... constatamos el efecto polisémico, de múltiples significados e interpretaciones que pueden surgir de una simple reflexión u observación.

fechas y lugares de reunión en la Ciudad de México, con algunos esporádicos momentos de intensidad en estas dos recientes décadas.

Cámara en mano

Humphrey Burton es el tercer hombre en cuestión. Bajo su mando están los camarógrafos que cumplen sus instrucciones: el video de *Cándido* presenta el espectáculo de una función de ópera desde varios ángulos: desde el auditorio, atento observador de lo que acontece en escena; desde la orquesta, en la que cada instrumento tiene un valor específico; el de los intérpretes, principales responsables de la representación, quienes llevan la voz cantante de todo el drama; también está el coro, no sólo una especie de música vocal de fondo, sino comentaristas emocionales de la obra y por último, el nivel de los narradores y el conductor, quienes interactúan con el público, sirviendo de enlaces entre ficción y realidad.

Así, la cámara se mueve constantemente pero bajo un orden preestablecido; no hay movimientos ni tomas insólitas: más bien hay una edición impecable en donde la fusión de sonidos e imágenes se acerca a la perfección. Se redondean de esta manera dos ideas: la que la obra encierra en sí misma, y la segunda, correspondiente a la del espectáculo que incluye su representación.

El videoasta es un creador y uno de los interventores en el proceso comunicativo de esta obra artística: el primero es Voltaire, autor de la historia; el segundo es Bernstein, compositor de la ópera; el tercero es Burton, director del video. Es un crédito poco reiterado pero importante, sin duda, por ser el diseñador de lo que nuestros ojos ven en *Cándido*.

Tres minutos según Giannetti

Los diez aspectos

Louis Giannetti¹⁸ es un renombrado analista de cine norteamericano cuya obra académica revisa con gran amplitud la producción filmica de su país

¹⁸ Ver L. Giannetti, *Understanding Movies*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1990. El cine como universo teórico... En un primer momento, esta nota pretendía ser un impresionante recuento de las fuentes revisadas y consultadas. Sin embargo, preferimos a ese acto de *corrección política académica*, la delimitación de fuentes mínimas pero reconocibles y sobre todo más complementarias que polemizantes. Más allá de la división geopolítica de las escuelas europeas (francesa, rusa, italiana, con sus particularidades), las americanas (quizá divisible entre norteamericana y latinoamericana... en donde resalta la mexicana, con sobresalientes estudiosos como Emilio García

y también la internacional. Su propuesta de método de análisis de películas o imágenes en movimiento consiste en seleccionar una parte de tres minutos (como máximo) continuos de una cinta (para lo cual señala las ventajas del videocassette).

Giannetti enlista diez grandes aspectos en una película: fotografía, puesta en escena, movimiento, edición, sonido, actuación, drama, historia, literatura y teoría crítica. De estos principales diez rubros se desprenden subtemas como pueden ser los efectos especiales, la música, la decoración y la proximia entre los actores.

El autor comenta que, salvo en casos excepcionales tales como la obra maestra de Orson Welles, *Ciudadano Kane* (en el que los diez aspectos dan cada uno para un libro aparte), una película suele distinguirse por uno o varios aspectos sobresalientes. De esta manera, tenemos que los principales aspectos del video *Cándido* son su sonido, su basamento literario y su edición.

El sonido en Cándido

Los sonidos abarcan en *Cándido* no sólomente la música, llena de matices, variaciones y complejidad; están también las voces y los ruidos. De estos últimos, tenemos principalmente los aplausos del público y uno que otro aclaramiento de garganta o tos que el sonidista registró.

Pero en las voces radica el gran poder emotivo de la ópera: desde las intervenciones del director de la orquesta hasta las arias en las que Pangloss se ríe y carcajea sin hacer lo que propiamente se conoce como cantar y sin dejar pasar tampoco las virtudes operísticas del tenor que interpreta a un Cándido conmovido y conmovedor, ni a la soprano que hace cantar a Cunegunda notas agudísimas, tan ágiles como prolongadas.

Riera y Jorge Ayala Blanco, cuya obra se salva y distingue de sus mutuos combates...), nos quedamos, en resumidas cuentas, con un enfoque sintético: la escuela anglosajona que se aboca a la síntesis y subraya los componentes cinematográficos y la escuela semiológica europea que atiende los procesos extracinematográficos o metafilmicos, además de la semiosis estrictamente filmica. Véase asimismo J. D. Andrew, *Las principales teorías cinematográficas*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

En el video de *Cándido* se comprueba algo que generalmente pasa desapercibido: el sonido es el cincuenta por ciento de un documento audiovisual. Las acciones mismas son o bien cantadas o bien contadas por un locutor que adereza la historia. El poder dramático de la historia reposa entonces no tanto en lo visual sino en lo auditivo: la historia de *Cándido* y su musicalización adquieren un nivel protagónico empatado y primordial.

El guión de Cándido

Hay que notar que el prestigio y consolidación de la novela de Voltaire no condujo a su adaptador a la ópera hacia un apego al pie de la letra que se antoja imposible por el cambio de género que exige un tratamiento propicio, no simplemente una transcripción.

Los cambios implementados por Bernstein dan un trato clásico a la obra, dividiéndola en dos actos y treinta y un escenas (casi el mismo número de capítulos), de manera que la ópera avanza en forma fluida y sin fatigar.

Otro cambio es no abundar en la gran cantidad de personajes secundarios que Voltaire establece (el anabaptista, los inquisidores, los reyes destronados, el misántropo Pococurante). El compositor resuelve narrativamente este problema de una manera sencilla: los hace mencionar por los relatores sin que esto obligue a personificarlos ni signifique una omisión. Simplemente son invocados sin ser encarnados y, en su defecto, salen brevemente a escena.

La edición en Cándido

Las tomas intercaladas son breves, contables en segundos, aspecto característico del lenguaje televisivo más que cinematográfico (aunque entre ambos suelen darse intercambios). Para el ojo del espectador promedio, observar durante diez segundos el mismo rostro de un violinista (por ejemplo), remarca el hecho de que tal músico, en determinada parte de la obra, juega un rol relevante; pero si sólo se nos entera de que el violinista está ahí interpretando su parte, seis o siete segundos son suficientes: es probable que veinte segundos dedicados a un sólo músico causen cierta inquietud incómoda en el público del video.

El estilo es lineal y nunca hay una intención de dar marcha hacia atrás. Al inicio y al final, lo que vemos son los créditos; los sonidos iniciales y de clausura son, indefectiblemente, los aplausos grabados en vivo. Entre ambas partes lo que se observa es la función de ópera, de principio a fin.

El principal juego es el de las distancias. Hay tomas en las que todo el escenario es observado: desde los coros al fondo de la escena y los cantantes de pie, al frente. Desde luego, hay convenientes acercamientos cuando el peso dramático de la historia se centra exclusivamente en alguno de los personajes o en algún instrumento musical. Importantes también son los juegos de movimiento, cuando vemos de frente al director que bailotea para imprimir su sello de alegría a las frases musicales de la orquesta o bien cuando observamos las expresiones y posturas de la gente presente en el auditorio.

Algunos de los análisis sugeridos por Casetti y Di Chio¹⁹

Estos dos autores proponen, en su libro *Cómo analizar un film* varios aspectos importantes a señalar: primero, toda imagen es analizable, desde un fotograma, una secuencia, una película entera e incluso toda una filmografía; segundo, el formato no importa: se puede analizar al cine desde la pantalla grande, en videocassette o en el fotograma impreso en papel, en un libro o revista, etcétera (por supuesto, hay una variación de base: el cine es sólo cine en la sala cinematográfica; en la televisión es un proceso magnetofónico y en la impresión es una foto fija). En general, la propuesta de Casetti y Di Chio es flexible y abierta.

El análisis propuesto por ambos investigadores de la imagen italianos consta de seis análisis: el primero es el análisis de los elementos cinematográficos (algo semejante al de Giannetti: imagen, sonido, iluminación...); el segundo es el análisis de la representación (encuadres, tomas, escenografía...); el tercero es el análisis de la narración (la historia,

¹⁹ Ver F. Casetti y F. Di Chio, *Cómo analizar un film*, Barcelona, Paidós, 1991. En un esfuerzo abarcador y conciliador, ambos autores reúnen sentido común y *aterrizan* las teorías de altos vuelos para exponer con claridad las múltiples perspectivas que los estudios de cine pueden recibir. La bibliografía incluida es muestra de geniales obras precedentes, así como del extenso recorrido que exige la disciplina del análisis fílmico.

lo que sucede, el basamento literario, por ejemplo); el cuarto es el análisis de la comunicación (el nexo entre el cine y su espectador); el quinto, el análisis transtextual, que contempla otras creaciones entrecruzadas o entrecruzables y el sexto es el análisis contextual, que considera el entorno social del momento en que espectador y film coinciden.

De estos seis análisis propuestos, los tres últimos son los que más se acomodan al video de *Cándido*: no es que sus elementos cinematográficos, más la representación y la narración sean secundarios; lo que sucede es que en la comunicación, lo transtextual y lo contextual es donde se resuelven los desafíos impuestos por la adaptación de una obra literaria a la ópera y su visión en videocinta.

El cuadro comunicativo en Cándido

Como proceso comunicativo de una obra artística, hay en *Cándido* un emisor y un receptor, formándose así un cuadro comunicativo: hay un narrador y un narratario. Sin embargo, hay varias innovaciones al respecto, específicamente en el caso de *Cándido* video.

La principal innovación es que Leonard Bernstein, el conductor de la orquesta, lleva un rol en su obra: el papel del compositor que narra al público el proceso de cómo fue hecha la obra, sus referencias y anécdotas: en un tono coloquial, como si se tratara de un discurso improvisado, el músico tiene tres participaciones (una al inicio del primer acto y dos a lo largo del segundo) y se vuelve parte de la representación, en un juego de espejos como lo es el “cine dentro del cine”, que aquí se convierte en “un compositor dentro de su ópera”.

La segunda innovación, de menor peso quizá, es la transformación de algunos personajes en otros sin más aviso que el de uno de los dos narradores (a su vez personajes dentro de la historia): tal es el caso de Pangloss, que cuando es narrador deja de ser Pangloss y es simplemente narrador; de repente, ya no es Pangloss ni narrador, sino Martín, un personaje completamente opuesto al primero; igual ocurre con Maximiliano, que de ser hijo del barón, después padre jesuita y luego esclavo remero, de repente se convierte en un segundo narrador (tales cambios se dan sin variación alguna del tono de voz, vestuario o

maquillaje, sino simplemente con la magia de nombrar nuevo a algo supuestamente conocido e inmutable).

*Lo transtextual en Cándido*²⁰

Podrían analizarse, en relación a esta obra, varias combinaciones que harían complejo y rico el desarrollo del estudio: para empezar, toda la obra de Voltaire (llevada o no a la música o a la ópera) y todos los textos en relación a su obra (tesis, biografías, comentarios, correspondencia); en segundo lugar, toda la obra de Leonard Bernstein (sinfonías, música para películas como *West Side Story*) así como entrevistas y adaptaciones de sus obras, realizadas por otros músicos (pensemos simplemente en la canción *Somewhere*, de la película anteriormente mencionada y que ha sido interpretada por cantantes como Barbra Streisand o adaptada y adicionada en textos en una versión del dueto británico *Pet Shop Boys*); en tercer lugar, toda la videografía de Humphrey Burton, así como todos los otros trabajos existentes sobre su obra y carrera.

Sin embargo, para los fines de este trabajo; la sola figura de Voltaire (de manera cierta, el iniciador de todo esto) sobra y basta para dar una somera idea de los alcances pretendidos por nuestra investigación: Voltaire fue un intelectual intrigado siempre por el optimismo y su existencia tanto en el comportamiento como en la mente y lengua de los pueblos. En su *Diccionario filosófico*²¹ dedicó un ensayo a la tendencia a creer que «todo

²⁰ Sobre transtextualidad ver S. Zunzunegui, obra citada, estableciendo interesantes relaciones entre utopía y lo transtextual. Véase también L. Zavala, *Material inflamable*, México, UAM Xochimilco, 1989, especialmente la reseña cinematográfica intitulado *Intertextualidad delirante* (págs. 114-118).

²¹ Voltaire, *Diccionario filosófico*, México, Fontamara, 1996 (págs. 97-103). No resisto la tentación de reproducir esta parte: "... Leibniz se daba cuenta de que no había nada que contestar, y por eso escribió unos libros voluminosos en los que no aclaraba nada (...) Negar que el mal existe lo puede decir riendo un Lúculo, que goza de buena salud y que ha cenado bien con sus amigos y su amante en el salón de Apolo; pero que se asome a la ventana y verá desdichados; que tenga fiebre y lo será el mismo (...) *No me gusta nada dar citas*, normalmente es una tarea espinosa; se desatiende lo que precede y lo que sigue al lugar que se cita y uno se expone a mil querellas. Pero tengo que citar a Lactancio, padre de la Iglesia, quien en el capítulo XIII *Sobre la cólera de Dios*, hace hablar así a Epicuro: "o Dios quiere suprimir el mal de este mundo y no lo puede, o lo puede y no lo quiere, o ni lo quiere ni lo puede. Si lo quiere y no lo puede es impotencia, lo que es contrario a la naturaleza de Dios; si lo puede y no lo quiere es maldad, y eso es no menos contrario a su naturaleza; si no lo quiere ni lo puede es maldad e impotencia a la vez; si lo quiere y lo puede (la única de estas posibilidades que conviene a Dios), ¿de dónde viene, pues, el mal sobre la Tierra?" (págs. 98 y 99).

está bien» (en la sección de la letra “b”). Los exégetas han encontrado en su biografía toda una serie de acontecimientos históricos y literarios que fundan la gestación del *Cándido* (ver anexos).

Una última acotación: lo transtextual no exige una emparentación de autor o de título, sino que también acepta la similitud de temas. Por eso este trabajo relaciona *Cándido o el optimismo* con *Más extraño que el paraíso*, obras de arte de imágenes en serie que tratan el tema del optimismo, de los paraísos, de las utopías.

Lo contextual en Cándido

Son tres los contextos sociales a mencionar: el internacional, el nacional y el personal. El contexto internacional de *Cándido* ya no es el previo a la Revolución Francesa que le tocó a Voltaire ni el macartismo de los años cincuenta en Estados Unidos que inspiró tan profundamente a Leonard Bernstein. Se trata de 1989, año de la puesta en escena y su videograbación en un teatro de Inglaterra; 1990 es el año en que el compositor registra esta versión como definitiva y 1991 marca la salida del videocassette al mercado. Años turbulentos de cambio en el contexto internacional, principalmente la caída del sistema soviético, una de las alternativas utópicas al mercantilismo capitalista y neoliberal preponderante en este siglo.

1997 es el año en que se puede hallar la ópera *Cándido* en video en nuestro país (dato que no significa que “hasta entonces”). México es un país latinoamericano en constante promesa y objetivo de alcanzar la nomenclatura de “país desarrollado” para dejar el adolescente mote de “país en desarrollo”. México es escenario perfecto para una obra como *Cándido*: en Chiapas, la frase de Martín en Surinam se vuelve *Este es el precio al que los mexicanos compran café y artesanías* (pequeña muestra de los contrastes en un sistema incapaz de resolver las diferencias étnicas y culturales entre los pueblos indios y la impartición de justicia).²² La sociedad mexicana (y todas las demás) se debate en la interpretación de

²² Como ejemplo, el lema *Nunca más un México sin nosotros* acuñada por el Consejo Nacional Indígena, derivado del Movimiento Zapatista.

signos que la hagan tomar o no posturas de optimismo respecto a su presente y futuro.

Personalmente, el proceso en que *Cándido* llegó a mi vida ha sido lento y sinuoso: como lectura en un viaje en barco en 1995, como hallazgo en ópera mencionado en la radio cultural mexicana (estación Opus 94) y encontrado en la tienda de videos del Palacio de Bellas Artes... Varias veces tuve que ver el video: fue un aprendizaje de sensibilidad y una lección de apreciación estética empezar a disfrutar una representación sin que mediara la traducción o presencia de subtítulos, dejándome llevar por lo que el ojo y el oído perciben en las acciones de los personajes en cuadro. Posteriormente el proceso fue enriquecido por datos en torno a la obra, pero el goce estético conllevó una postura ideológica de lo que significa el optimismo como actitud de vida en el aquí y ahora humanos.

El final, según Rubén Olachea

Fusionando autores tan distintos como Gianetti, Casetti y Di Chio, surge una hipótesis: sostener que el conocimiento de un filme ocurre en su resolución final, durante los tres últimos minutos y que dicho fragmento funciona como base principal para la aplicación de los diversos análisis propuestos por algunas escuelas y teóricos.

Hay que aclarar que en muchos filmes, durante esos “tres últimos minutos”, lo que suele suceder es la presentación textual de los créditos y éstos, pese a su utilidad documental, no aportan los elementos analíticos pretendidos; a lo que aquí nos queremos referir cuando decimos “los tres últimos minutos de un film” es a la porción de imágenes en serie que se da como resolución: hay ocasiones en que una película, tras el desenlace y después de los créditos, presenta un añadido (en imágenes) que puede ser considerado un segundo final; o bien, al mismo tiempo que los créditos corren en pantalla, en un recuadro se puede apreciar otra versión del fin o una especie de “video clip” que resume la historia y que aporta los elementos analíticos pretendidos (aquí las combinaciones y variaciones, más que ser infinitas, dependen de la creatividad y afanes de innovación de los creadores).

También hay un aspecto más por aclarar: ¿qué significan realmente los “tres últimos minutos”? Hay cineastas con estilos tan particulares (Tarkovski, Angelopoulos y Greenaway, por citar una tríada célebre) cuya lentitud de tomas fácilmente hace posible que el “final” de sus historias se desarrolle en mucho más que ciento ochenta segundos. El analista se ve obligado a flexibilizar el arbitrario concepto de los “tres minutos”; sin embargo, la idea de Giannetti es audaz al sugerir que con tres minutos basta para apreciar las principales virtudes de una película. Retomamos la sugerencia de Giannetti circunscribiéndola exclusivamente no al probable clímax de un film (situado comúnmente en la segunda mitad), sino en su resolución final.

Desenlace interior

Cándido ha llegado a un punto en sus aventuras que ya parece asomarse el fin; de hecho, alguien lo anuncia: es Pangloss, ya no como doctor en filosofía sino como narrador bufonesco, quien anuncia que el final está por llegar, de la siguiente manera: «*Querido lector, estimado escucha, amable espectador: no desesperéis, que el final se aproxima*» (a lo que el público ríe). La pregunta que sigue es: ¿por qué el compositor decide incluir las palabras “lector” y “escucha” además de “espectador”? A ello habría que agregar la dificultad para traducir el término inglés “viewer”, puesto aquí como “espectador” en sustitución de emplear neologismos o vocablos españoles tales como *vedor*, *visor*, *vidente* que no alcanzan la categoría de acuerdo cultural para significar la persona que ve un espectáculo sin llegar a nombrarlo “observador” u “*observer*”.

La respuesta es sencilla: Bernstein está tomando en cuenta todos los medios por los que la gente puede llegar a *Cándido*. En el supuesto que se atuviera exclusivamente al folleto que acompaña al video y que es, obviamente, un material de lectura, el espectador capta el mensaje de que incluso la ópera toda es una invitación musical a la lectura del clásico de la literatura francesa, asequible en cualquier librería que se precie de serlo. También es una invitación al debate, la piedra de toque de la democracia, según palabras del músico (ver *anexos*).

Lo que vemos tras el aviso del narrador es la intervención cantada de Cándido, quien en ese instante rompe su súbito periodo de silencio

reflexivo. Lo que canta dice, sucintamente: *No somos ya lo que quisimos ser / Nuestro pasado es nada hoy / Hagamos nuestro jardín crecer*. La traducción es libre, sobra decirlo, pero resaltemos el sentido de la frase final: en francés, *cultiver notre jardin*; en inglés, *make our garden grow*; en español, *cultivemos nuestro jardín*.

Hay un crecimiento sonoro en la repetición de esta estrofa final: primero, la orquesta acompaña el carácter solemne de la conclusión de Cándido; en segundo lugar, Cunegunda se agrega a la determinación de su amado, tomándolo de las manos y cantando con él la misma frase, al tiempo que el acompañamiento orquestal va incrementando su volumen, *in crescendo*. Como tercer punto, se suman las voces del resto de los personajes y el coro, haciendo global el mensaje de cierre.

Desenlace exterior

La descripción de lo que vemos en video es sencilla, casi predecible: el acercamiento de la cámara responde al radio de acción de los personajes. Cuando es Cándido quien canta, solo, la cámara está cercana a él y lo sigue: lo vemos de cuerpo entero y luego vemos la expresión de su rostro al tomar aire y lanzar profundas notas, con esfuerzo pero con contundente potencia. Cuando la estrofa es cantada a dueto por Cándido y Cunegunda, la cámara toma a ambos, Cunegunda a la izquierda del cuadro y Cándido a la derecha: son dos actores, además de cantantes, que se esmeran en transmitir la emoción de sus frases.

Mientras los camaradas de Cándido se unen hasta formar un pequeño coro, la cámara abarca al conjunto de estos personajes (una decena de cantantes) lo cual no impide observar al coro que está perfectamente delimitado al fondo y a la orquesta que se sitúa exactamente detrás de los protagonistas.

También hay tomas cercanas al director y conductor de la orquesta: su rostro es ya una cara transformada por el impacto y fuerza del final. El crecimiento sonoro de la orquesta estalla en un *fortissimo* que inunda el recinto del teatro y también el espacio del espectador (aunque sea del vicario espectáculo en el que se participa al verlo en videocinta).

Final redondeado

Hemos asistido a un triple final formal: el de una novela llevada a escena en un montaje de ópera, a su vez videograbada. Los aplausos surgen, Pangloss desea intervenir una vez más, en tono de cátedra, y el compositor dirige un último mensaje, de agradecimiento, complacido por todos los elementos reunidos: un magnífico elenco formado por los cantantes y los músicos, más el público.

A los aplausos siguen los créditos. El espectador del video puede, quizá folleto y control remoto en mano, regresar y rever cuantas veces quiera el desenlace. El conjunto de variables de atención adquiere otro nivel en el videoescucha: los estímulos son distintos al de la observación en vivo y las ventajas del video son de otro carácter, que básicamente reposan en la facultad de revisitación del evento (imaginemos, por ejemplo, un miembro del público que posteriormente adquirió el video: su emoción es doble, podrá decir, aunque lo subjetivo es cualitativo y no cuantitativo).

Al evento estético lo acompaña una emoción y un momento de reflexión que se puede sintetizar en esta fórmula: « ¿qué es lo que esta obra me deja? ¿cómo puedo relacionarla con mi vida cotidiana? ». La lista de preguntas puede crecer mucho más pero hay algo notorio: el proceso es individual y se encadena con otros procesos comunicativos. Esto es, la recepción es personal y también susceptible de modificarse con dos factores alternos: el primero, la conversación con otros espectadores, el intercambio de impresiones, la lectura de reseñas y críticas en prensa o en otros medios; el segundo, es el paso del tiempo y el juego de experiencias vitales con que el individuo puede relacionar sus vivencias estéticas: la reflexión, una vez más, sobre si conviene o no ser optimista en este mundo y en nuestra vida, y más allá de su conveniencia o no, sobre el sentido o significado de la existencia del optimismo, del trabajo como paraíso en la tierra, de la decadencia física del sentimiento amoroso, etcétera. En ese momento se constata la vigencia y la vida abierta de una obra como *Cándido*.²³

²³ Esclarecedores y motivantes al respecto son los ensayos de Í. Calvino y F. Savater en obras citadas. Sin embargo, no todas las obras sobre *Cándido* resultan así. Cfr. C. Silva (comp.), *Voltaire*, México, UNAM, 1995. Desafortunadamente, esta pequeña antología de ensayos como homenaje al tricentenario del nacimiento de Voltaire, contiene errores tales como afirmar que Voltaire nació en 1664 (pág. 9) cuando debía decir 1694 (tampoco incluye fe de erratas) o que el ya citado ensayo de Calvino se intitula "Cándido o la veledad (por velocidad -i?-)" (pág. 59). Asimismo, L.M. Gaubeca Naylor, *Algunas consideraciones temáticas y formales del Cándido de Voltaire*, México, UNAM,

1982, tesina para Licenciatura en Letras Modernas Francesas, (ejemplar disponible en Biblioteca Central UNAM). Lamentablemente, esta tesina dedica buen espacio a la discusión sobre si *Cándido* es cuento o novela, concluyendo que es un cuento filosófico y que el lector, *lo quiera o no*, además de divertirse, se introducirá a la filosofía práctica de Voltaire. La famosa sonrisa enigmática de Voltaire vuelve a nosotros con toda su fuerza irónica.

Nos arriesgamos a hablar de cualquier cosa en lugar de abordar su inteligibilidad intrínseca...

Francesco Casetti

...Por no hablar, naturalmente, de la evocación cinéfila, de la interpretación imaginista, del comentario exaltado, del debate de salón

Federico Di Chio

CAPÍTULO 2. JARMUSCH

James Jarmusch, mejor conocido como Jim Jarmusch, es el cineasta *enigma* principalmente por tres razones: la primera, por su obra; su filmografía y su trabajo dentro del cine (como director, guionista, actor, camarógrafo, editor y compositor musical) no son tan difundidos como el cine comercial norteamericano correspondiente a los cánones industriales de Hollywood. El cine de Jarmusch, si bien no es inasequible, es difícil de conseguir.

La segunda razón es su persona. Figura del cine independiente norteamericano, no es precisamente la personalidad más publicitada ni interesada en ser comercializada. Si bien en este trabajo se ha logrado reunir información en torno a su persona y filmografía, los datos son escasos, escurridizos, cuando no confusos: fechas que cambian, datos

asegurados pero que no coinciden con los de otras fuentes igualmente fidedignas, etcétera (ver **anexos**).¹

El tercer punto: su estilo. Este joven director asombra a neófitos y expertos en cine por su estilo, inconfundible pero a la vez influenciado por directores como Ozu, Wenders y Ray, principalmente. Su eclecticismo no lo ha llevado a confusas pretensiones, al contrario: su estilo es calmo, mesurado, carente de toda *desesperación*. Las historias de su autoría son “comedias serias” que conjugan la tradición del cine de arte tanto europeo como norteamericano y llevan impreso su punto de vista.

Paraíso: expulsión y recuperación

Hay una relación directa con el tema de los *paraísos* en la película que vamos a analizar y es que ésta lo incluye, desde la entrada, en el título: *Stranger Than Paradise* significa *Más extraño que el paraíso* en referencia a una situación (en España fue traducida como *Extraños en el paraíso*, lo cual, pese a que “encaja” en la historia narrada, logra un efecto muy distinto al pretendido por el título original).

Son tres los paraísos, más retratados que propuestos, de esta cinta: Europa como un paraíso que dejó de serlo; América como un paraíso que no lo es y el Mercado como un paraíso falso y endeble.

Las Europas

Hungría es el país seleccionado por Jarmusch para retratar la idea que tenemos del Viejo Continente. Parece responder a la intención de demostrar que realmente lo que sabemos de Europa se remonta a sus principales naciones en el terreno occidental: Francia, Inglaterra, Alemania... pero ¿qué sabe la gente común sobre Hungría?

¹ Asistimos entonces al fenómeno de que, de alguna manera, se le puede conocer más en la red Internet que hemerográficamente, por ejemplo. Queda su obra como muestra elocuente de su trabajo y no la construcción publicitaria de un talento mítico.

Así, lo que Jarmusch hace, en vez de presentarnos tarjetas postales de un hipotético viaje turístico, es encarnar a Hungría en un personaje femenino: Eva, quien recién llega a los Estados Unidos, al parecer con intenciones de quedarse, para conseguir un empleo e integrarse al estilo de vida norteamericano.

De hecho, Eva es sólo uno de tres personajes húngaros integrados, cada quien a su manera, al sistema americano: la Tía Lotte, quien insiste en hablar en húngaro; Willie, antes Bela Monar, un desempleado sin perspectivas de futuro y primo de Eva.

Pero la chica húngara no viene a transculturizarse: ya viene transculturada. Ella sabe inglés, aunque demasiado formal como para enfrentarse a la cotidianidad de su primo, que ya se considera neoyorquino. La historia que Jarmusch presenta no es el proceso de integración de una inmigrante europea: la idea de un pasado húngaro se desintegra cuando comprobamos que el personaje femenino no está definido por su nacionalidad sino por mecanismos mucho más complejos.

Las Américas

Especialmente en Latinoamérica, tarde o temprano cualquier persona termina preguntándose porqué los norteamericanos llaman a su país "América" y ello tiene una respuesta simple en los afanes colonizadores que caracteriza(ron) al poderoso país del norte. Otra pregunta es qué distingue a Latinoamérica de esa América que pudiera ser denominada como Angloamérica.

Jarmusch presenta en su película que el proceso de convertirse en norteamericano no es más que un procedimiento cultural. El primo Willie no ha adquirido el rango de la ciudadanía legal pero ha adquirido el estilo de vida; a la vez, está condenado, por su situación de extranjero *adaptado*, a ser un ciudadano de segunda categoría: desempleado, ocioso, sin más

ocupaciones que vivir al día de la manera menos esforzada posible. En ese sentido, la vida de Willie es *picaresca*.²

América o Norteamérica es presentada aquí como una tienda a la que se ingresa para comprar: un enorme supermercado lleno de cosas en venta y con ciertas reglas a seguir, pero presentado desde su ángulo menos afortunado: el blanco y negro y la serie de acontecimientos que demostrarán, entre aventuras juveniles y graciosas, que el *sueño americano* simplemente no existe o que, en su defecto, es un sueño derrumbado.

Los Mercados

El cine de Jim Jarmusch está elaborado desde un postura crítica que se refleja en el producto mismo de su arte: cuando el cine de Hollywood representa una sofisticada industria, el suyo es un trabajo personal, no rudimentario pero que raya en lo artesanal (sin el acento peyorativo que *artesanal* puede tener desde una perspectiva elitista).

Con ironía, lo que el autor hace en su película no es un desfile de *clichés* o lugares comunes (términos incómodos desde que se han convertido justo en lo que describen). Esto es, para criticar el consumismo de la sociedad norteamericana no nos presenta el interior de un supermercado o una saturación de imágenes con luces, colores chillantes o innecesarios artículos de plástico (por citar sólo ejemplos de estereotipos de lo que *mercado* significa).

Así como Europa se nos presenta en esta historia sin aparecer más que encarnada en Eva, el consumismo se retrata en algunos hábitos como la *cena tv* (comer comida refrigerada frente al televisor, en platos desechables), el robo de mercancías como una caja de paquetes de

² Ver A.A. Parker, *Los pícaros en la literatura*, Madrid, Gredos, 1971, en el que se discute si *Cándido* de Voltaire pertenece o no a este género; se abre así otro puente de relación entre nuestras dos obras analizadas. Hay poca información sobre la continuación o la modernización del género picaresco hasta nuestros días, sin embargo, esta obra da lineamientos aplicables a los personajes de *Más extraño que el paraíso*.

cigarrillos realizado por Eva, los infructuosos deseos de hacerse millonarios de un día para otro jugando apuestas a caballos y perros por parte de Willie y su amigo Eddie, la compra de gafas oscuras para parecer turistas *de verdad*, entre otros.

Movimientos geográficos

Hay tres transportes sugeridos en los varios desplazamientos que ocurren en este relato cinematográfico. El avión, el autobús y el automóvil. Veamos que es lo que en ellos acontece.

Avión de ida y vuelta

La peculiar estética de Jarmusch abre la película de la siguiente manera: un gran avión en primer plano cruza el cielo y llega a tierra trazando una gran horizontal en el cuadro de la pantalla, al tiempo que otras naves de menor tamaño despegan. Así inicia la historia, con ruidos de avión como sonido ambiental. Ninguna sala de espera, sólo una figura con gabardina y su equipaje, sobre un montículo de tierra. Es Eva que llega a América.

Nunca más volvemos a oír ni ver aviones en la película, sino hasta el final. La primera parte se llama *Nuevo Mundo* e inicia con aviones; la segunda parte se intitula *Un año después*. La parte final es nombrada *Paraiso* (ver sinopsis en **anexos**). En esta última, cuando el desenlace se acerca, Willie acude desesperado a un aeropuerto, buscando a su prima. Al no encontrarla, compra un boleto a instancias del vendedor. Toma un vuelo directo a Budapest y Eddie contempla su partida.

La estética de esta escena casi final y muy parecida en ángulos a la inicial, se esmera en retratar el poderío de las máquinas y de resaltar la impotencia de las personas comunes y corrientes frente a su destino. Willie actuó precipitadamente, sin reflexionar: iba con resaca por festejar su mediano triunfo en las apuestas, detalle aprovechado por el despachador, quien computadora en mano, podría haberle informado si su

prima iba o no en el vuelo. De paso, Jarmusch presenta a un simple personaje secundario (casi extra) como un hábil taquillero con apariencia servicial pero al que realmente sólo le importa vender.

Autobús invisible

Eva viaja, aunque nunca lo vemos, en un autobús que la lleva de Nueva York a Cleveland, en donde encuentra un empleo de preparadora de *hot dogs* en un restaurante. Si Nueva York es presentada como la desolada capital del desempleo, Cleveland es pintada como la ciudad industrial más aburrida y fría que uno pueda imaginar. Es un paisaje triste, deprimente. El autobús representa el medio a través del cual Eva obtiene empleo y pareja, pero de una manera insatisfactoria.

La chica consigue un novio pueblerino, un joven barbado algo retraído y celoso, presentado como típico provinciano de miras estrechas. Un personaje que hace reír en su torpeza para invitar a la novia a ver una película de karatecas, para acompañarla al salir del cine y refirir por teléfono al saber que le dedica más tiempo a su primo y a su amigo que a él. Eva lo describe como un buen tipo pero aburrido como novio.

La chica húngara empieza a decepcionarse del sueño americano. Su alegría vuelve cuando es visitada por Willie y Eddie. Jarmusch se burla de la típica escena de "novios en el cine" presentándonos a los cuatro personajes de frente para que *nunca* veamos lo (supuestamente) proyectado; al mismo tiempo, primo y amigo se sientan justo en medio de los asientos entre Eva y su novio, y se dedican a comer las palomitas de maíz que aquél había comprado.

Auto nostálgico

Filmada en los ochentas y con intenciones no ancladas en la temporalidad de ninguna época sino en una visión desencantada del progreso material de esa década, Jarmusch nos presenta a Willie y a Eddie en un modelo de auto de los años sesenta, no destartado pero tampoco en magníficas

condiciones, sino simplemente austero y funcional. Es un auto que consiguió Eddie prestado por un personaje que nunca aparece sino evocado brevisísimamente.

El coche, símbolo del individualismo norteamericano, es presentado así con doble ironía: primero, porque son los años ochenta y el modelo ya ha pasado de moda; segundo, porque no pertenece a ninguno de los tripulantes, que más bien son unos vagos que sólo pierden su tiempo y el poco del dinero que tienen en apuestas y sueños de riquezas fáciles, una especie de niños o adolescentes en el cuerpo de jóvenes, que en realidad son unos adultos inmaduros.

Jarmusch presenta en transportes la medida de los sueños humanos: los colectivos en el avión, la esperanza trasatlántica tras un paraíso perdido; los grupales en el autobús, más relacionados con la supervivencia y la convivencia con los climas, así sean inhóspitos, y el progreso mínimo; el automóvil viene a representar entonces el último sueño, el individual, de la libertad de desplazamiento y de las acciones que tengan que ver con tales recorridos: decidir, por ejemplo, a dónde se quiere ir de vacaciones y en qué hotel quedarse, sin tener que recurrir al taxi (curiosamente, tema central de la película de Jarmusch intitulada *Noche en la Tierra*, ver anexos).

Un triángulo asexual

Si decimos que *Más extraño...* es una película sobre la amistad, además de resultar cursis, estamos siendo superficiales. Tampoco hay erotismo en la historia o bien, el erotismo presente en ella no es el convencional.³

Cuestión de parentesco

³ Para la relación entre cine y erotismo ver F.D. McConell, *El cine y la imaginación romántica*, Barcelona, Gustavo Gili, 1979, así como A. Kuhn, *Cinema, Censorship and Sexuality (1909-1925)*, Londres y Nueva York, Routledge, 1988.

La desintegración familiar es paradójica pues la llegada a Estados Unidos de Eva hace que, aunque sea por vía telefónica, se de un reencuentro de Willie con la Tía Lotte. El encuentro no es afortunado y las diferencias se hacen evidentes: ambos llevan diez años sin verse y la tía insiste todavía en seguir hablando la lengua magiar.

Asimismo, al principio la relación entre Eva y su primo es tirante: él la molesta continuamente corrigiéndola, amonestándola, limitando su comportamiento como si la edad de la joven fuera una condición en contra de su adaptación a la cultura norteamericana. Eva le demuestra a su primo sutilmente que es tan lista y adaptable como él, incluso más. Ello se nota cuando regresa a casa con artículos robados: es la máxima prueba de carácter que Willie puede recibir, sobre todo porque en ellos venía una “cena t.v.” de obsequio.

Willie, en su machismo, retribuye la atención con otro presente: un vestido barato, al que Eva califica como *feo* para después echarlo a la basura (a escondidas). Esto ocurre tras su despedida en Nueva York, cuando ya ha transformado la vida de su primo, sensibilizándolo de una extraña forma, al punto que éste, venciendo su misoginia (o misantropía, más allá del género) le da un sincero beso en la mejilla, no por simple cortesía o buenos modales. Pero de romance *jamás* se habla en esta historia.⁴

Camaradas inútiles

Eddie sí manifiesta un interés romántico por Eva en el momento de su reencuentro en Cleveland. Pero es un interés ridículo: sólo le preocupa que ella recuerde su nombre y ésto se vuelve otro pretexto para jugar apuestas con su inseparable amigo Willie. Cuando Eva lo saluda por su nombre, este personaje (algo patético) se pone casi eufórico: su comportamiento es de un adolescente acomplejado y tímido. Pero ya no es un jovencito y la pareja que forman él y su amigo es rara pues Willie es franco y lo llama “*tonto*” a la menor provocación.

⁴ De hecho, el tema es hábilmente evitado a lo largo de toda la filmografía de Jarmusch. El romanticismo trivial no es el centro de sus historias; el amor queda en la periferia narrativa.

La única motivación de la mancuerna formada por ambos sujetos es lograr un día el sueño americano de volverse ricos sin otro esfuerzo que el de jugar apuestas en hipódromos o galgódromos, o fingiendo no conocerse para timar a viejos jugadores de pókar. El resultado es que, pese a sus ligeros avances, la pareja de amigos no consigue su objetivo y sólo se mantiene unida por la ilusión que les provoca un eventual golpe de suerte.

El director nos proporciona algunos indicios sociales de esta relación: ambos son hombres blancos caucásicos, mas no los típicos americanos blancos anglosajones y protestantes (*wasp*⁵ por sus siglas en inglés). Los dos sienten pavor ante la sola idea de ser obreros, lo cual es ilustrado en una breve discusión con un trabajador malhumorado que espera su transporte en una fría y solitaria esquina. El resultado es que forman, además de un simpático dúo de bribones, el retrato de una Norteamérica en crisis económica y social.

Unión fracasada

Vueltos a reunir en Cleveland y más unidos aún en su viaje hacia la Florida, el asexuado triángulo formado por Eva, Eddie y Willie acude a su separación definitiva, sin un particular énfasis dramático, en el supuesto lugar donde *debería* concentrarse o concretarse el paraíso norteamericano: playa, hoteles, palmeras, sol y mar. El lugar ideal para las lunas de miel o la convivencia familiar entronizada por el sistema de vida norteamericano.

Las cosas no resultan afortunadas para los tres amigos: la chica cada vez está más inconforme pues se siente enclaustrada cuando Willie no acepta que los acompañe a sus apuestas. Cuando por fin les va bien y regresan ebrios al cuarto de motel alquilado, Eva ha desaparecido y dejado una nota (en húngaro) con mucho más dinero que el ganado por ellos en una noche de suerte. Intrigados, salen en una búsqueda que termina en el aeropuerto: cada uno tomará rumbos distintos sin proponérselo.

⁵ *White anglo saxon protestant* (protestante, anglosajón y blanco).

Aunque la condición social de los tres personajes no es *lumpenesca* (el estrato inferior de una sociedad) parece ser que la marginalidad de los tres es la causa de su fracaso: el dinero que llega a manos de Eva (por error y azar) es a todas luces de procedencia ilícita; la inmadurez de Eddie le impide integrarse a una sociedad a la cual pertenece originalmente (pues es nativo) y la rebeldía de Willie consiste en integrarse a su nueva cultura exclusivamente mediante el ocio, sin hacer concesiones ni cometer sacrificio alguno. De esta manera, el triángulo se desintegra y únicamente su condición *asexuada* permanece: en *Más extraño...* la principal extrañeza es que su autor deliberadamente no ofrece la fórmula romántica de “muchacho conoce muchacha”⁶ y la suya es una obra con la libido reducida a cero.

Minimalismo monocromo

Al reducir la estética de su film a elementos mínimos y estructuras primarias, Jarmusch no parece interesado en escuelas o academicismos. Sin embargo, es innegable que hay una simplificación formal en *Más extraño...* que hace de la sencillez extrema y la concepción los principales valores artísticos.

Bajo el hechizo de un blues

La banda sonora se reduce a dos elementos básicos: la canción *I put a spell on you* (cuya traducción libre al español puede ser *Te he hechizado*) interpretada por un legendario jazzista conocido por *Screamin' Jay Howkins* y las breves melodías para cuerdas (violín y violoncello) compuestas especialmente para la cinta por John Lurie (el actor que juega el rol de Willie).

La letra de *I put...* se concreta a repetir bajo un ritmo hipnótico estos versos:

⁶ En la literatura cinéfila norteamericana, dicha fórmula se difunde típicamente como *boy meets girl*.

«Te he hechizado / porque eres mío(a)» (I put a spell on you / because you are mine...). El acompañamiento a esta breve estrofa es sincopado en un rudo estilo: percusiones y saxofón a tres tiempos con acento en el primero. Es una canción que resulta caricaturesca en su extrañeza: efecto idóneo que representa los excéntricos gustos musicales de Eva, quien escucha esta pieza cuando anda de buen humor en una grabadora portátil (ya desde los ochenta una pieza de museo si se la compara con el *walkman* o casetera portátil con audifonos).

Las melodías para cuerdas de la autoría de Lurie son de un tono melancólico y acompañan los planos secuencia de los desolados paisajes urbanos, industriales, rurales y turísticos presentes en *Más extraño...* la tristeza retratada difícilmente hallaría una equiparación auditiva más certera en otros sonidos. Son notas que forman breves intervalos y armonías no convencionales, cercanos a la dodecafonia. La ausente policromía halla un acento sustituto en este estilo *bergiano*⁷ de acompañamiento musical.

*Eu Suburbia*⁸

Jarmusch nos presenta su fascinación por el paisaje deteriorado de Nueva York, Cleveland y Florida. En la urbe de hierro no hay la mínima mención o tributo a los rascacielos: sólo calles con basura y grafitis. El recorrido que Eva hace al llegar y encaminarse hacia el departamento de su primo es un lento desfile, a pie, en el que vemos una vieja gasolinera que anuncia con orgullo ingenuo y pasado de moda «*calidad en la que puede(s) confiar*» («quality you can trust»); es una frase para la perplejidad en una cortina metálica y herrumbrosa en la que se lee «*yanqui ve a casa / EE.UU. fuera de donde sea*» («U.S. out of everywhere / yankee go home»).

Cleveland es un lago Erie congelado que reúne a tres figuras en un helado desierto blanco: son los tres jóvenes que, tiritando, no hallan las frases

⁷ Ver P. Boulez, *Puntos de referencia*, Barcelona, Gedisa, 1994, especialmente el capítulo III, *Ocasiones fragmentarias*, sobre Mahler (págs. 302-304) y sobre Berg (págs. 317-319).

⁸ Intentamos con este subtítulo *eufemizar* la noción del suburbio norteamericano.

adecuadas para explotar en su hastío y se limitan a exclamar lugares comunes como “realmente está feo aquí”. Esta ciudad nueva e industrial es mostrada en su frialdad no sólo en referencia al clima, sino también en sus umbríos restaurantes, cines y hogares, en donde el único calor es el propagado por un televisor omnipresente y murmurante.

La Florida es, pese a su eufonía hispánica, un rótulo decepcionante. Un aviso turístico que no cumple lo que promete. Un viaje en carretera (para muchos, esta es una *road movie* o película de camino) que retrata el verdadero trasfondo de cualquier tarjeta postal: una belleza amañada que intenta esconder sus defectos, aquellos que la hacen repetible, predecible y aburrida. Florida es con Jarmusch un montón de palmeras enanas y moteles perdidos en el medio de la nada, una tierra de nadie. Y con todo, hay belleza.

Eva frente al mar

Hay una secuencia en esta cinta que es un momento sublime: la protagonista, harta de su soledad, sale a contemplar el mar en una abandonada banca con sombrilla. Es una toma lenta, un paneo horizontal que recorre el paisaje de izquierda a derecha. Sólo se escucha el rugido lejano del mar, alguna gaviota y los apesadumbrados violines que surgen en determinados momentos.

No hay palabras, sólo actitud contemplativa de esta joven en busca del paraíso. No sabemos si la pequeña húngara siente nostalgia de Budapest o rabia contra Cleveland y su sexista primo. Simplemente se la ve determinada a un cambio, con sus oscuras gafas e indumentaria que la hacen lucir extravagante y hasta siniestra.

Este plano secuencia es acaso el único momento en que el film se acerca al preciosismo. La composición de la fotografía es pausada, armoniosa, elegante. Es la parte triste en que quizá Eva renuncia al optimismo que la ha llevado a buscar un paraíso que comprueba inexistente. Interesante resulta también que, por su brevedad, esta parte no se ve jamás

amenazada de ser traducida como una concesión del autor a la belleza predigerida o fabricada del cine convencional.

Análisis del fotograma del cartel

El cartel publicitario del film es una foto perteneciente a la tercera parte (*Paraíso*) en la que aparecen los tres amigos en alguna parte de Florida: sólo Eva está dentro del auto; tanto Eddie como Willie están de pie, reclinados en el coche. Los tres miran en direcciones distintas y a sus espaldas, un anuncio espectacular que reza «*Bienvenidos a Florida*» (ver anexos).

*Carita feliz*⁹

Publicidad dentro de la publicidad: en el cartel de cine hay otro anuncio, este último de tipo turístico. Es una frase simple, un saludo de cortesía que a la vez sirve de señal e indicio de la ubicación en la que la gente se encuentra al verlo o leerlo. El territorio es nuevo para los integrantes de este paseo, quienes huyen de la rutina, del tedio y de un clima inclemente. Las letras son informales, tipo manuscrito.

Los elementos del anuncio espectacular son mínimos: el centro lo ocupa un sol con carita feliz. A un lado del sol, un velero. Arriba de estos dibujos, la frase de bienvenida. El anuncio está a pie de carretera, rodeado de vegetación natural y visible a los conductores.

Pero Eva ni sus amigos tienen cara de felicidad, al contrario, lucen aburridos, fastidiados. En la secuencia donde aparece el anuncio como fondo, Willie recién regresa de una tienda en la que ha adquirido tres pares de gafas oscuras para parecer, según él, *turistas de verdad*. Es un pequeño ritual celebrado con lentitud, interés y expectación: quien primero se prueba los lentes es Eva, seguida por Willie y al final Eddie, quien

⁹ La popular *happy face* que se ha utilizado en la publicidad de los años sesenta hasta hoy.

elogia el artículo como *elegante*. Celebrado el ritual, no hay comentarios por agregar.

Espectacular espectacular

El adjetivo se vuelve sustantivo. ¿Qué función cumple esta escena? Es un juego: la ingenuidad infantil con la que el espectacular intenta vender la idea de promocionar el turismo a Florida, palidece en su efecto y acentúa su grado *kitsch* (entendiendo a lo *kitsch* como la celebración o la estética del mal gusto pero ¿qué es el buen gusto?)¹⁰ al ser presentado no junto a unos turistas sonrientes, bronceados y con ropa holgada que posan para un álbum familiar, sino junto a un trío de jóvenes decepcionados porque no se sienten bienvenidos en Florida.

La ironía de Jarmusch se manifiesta en este cartel: un juego de espejos en donde el mensaje al posible espectador no inspira ni invita a ver la cinta. La composición de la foto, en su sencillez, causa extrañeza e intriga en el observador atento, quien adivina que esta historia no es precisamente una promoción de vacaciones en la playa.

En este procedimiento invertido, la aparente falta de interés que provoca el cartel promocional del film se convierte en un aliciente para atraer al público que busca alternativas a la publicidad saturada de sonrisas resplandecientes o de efectos arquetípicos como pudieran ser el impacto por color, el énfasis en las tipografías o el ingenio textual. Lo que Jarmusch lanza es una secreta y ácida crítica sobre cómo la publicidad trata a toda la gente como si ésta sufriera infantilismo o viviera en un mundo de fantasías ingenuas.

¹⁰ Ver R. Rorty, *Contingencia, ironía y solidaridad*, Barcelona, Paidós, 1996, sobre todo el capítulo cuatro: *Ironía privada y esperanza liberal*, donde se abordan los temas de lo *kitsch*, la utopía y la paradoja (págs. 89-113).

Bienvenidos Welcome

El desmoronamiento de una ilusión no es un proceso fácil ni rápido, tampoco agradable. Esto lo sabe Jarmusch y toda su historia es un sutil ejercicio para expresar su propio mundo, evidentemente cargado de convicciones acerca de lo que es la modernidad, los Estados Unidos, el capitalismo, la publicidad, la mercadotecnia, la tecnología y las convenciones culturales sobre el amor, la familia, el sexo y el erotismo.

La lentitud de sus tomas pausadas, el transcurrir mesurado y calmo de sus episodios, son síntomas de su actitud: Jarmusch expresa, no grita. No hay en su postura contestataria ningún indicio de *desesperación cultural*. Incluso parece rehuir lo insólito o inaudito: lo que narra en *Más extraño...* resulta comprensible a todos los públicos, no sólo al norteamericano. Allí radica el *discreto encanto* de su estilo (para emplear una evocación buñuelesca). Y sin embargo, encontramos que nos está entregando algo genuinamente *nuevo*.

Así, el director ha elaborado un mensaje situado justamente en su momento histórico: son los años ochenta y el neoliberalismo se expande mediante la globalización. El mundo empieza a adquirir su estatuto de aldea global intuida por McLuhan. Es ese mundo al que el cine de Jarmusch se dirige, con la novedad de que el suyo no es un discurso celebratorio ni denunciante, sino sardónico, de humor negro inteligente y serio.

Tres minutos según Giannetti

Continuando con la propuesta de análisis filmico que Louis Giannetti proporciona en su texto *Understanding Movies*, hemos seleccionado como paradigmática precisamente la secuencia de la cual está tomada la foto alusiva al cartel.

Tres pares de gafas

Willie sorprende o intenta sorprender a sus amigos regalándoles unos típicos lentes de turistas y enuncia: “Ahora sí parecemos turistas”. Esta es una pequeña pero importante clave para comprender la personalidad de Willie. Entre broma y preocupación por el “qué dirán”, la frase evidencia una atención considerable a las apariencias y a los estereotipos: ha comprado las gafas para *parecer turistas* de verdad.

En el juego de las apariencias, turista es la persona amoldada al sistema de vida en el cual se trabaja y se ahorra dinero para gastarlo en unas vacaciones. Cosa sencilla sino fuera porque ellos no se han integrado (no lo han *intentado* o tampoco han *podido*). En cambio, Willie no logra pasar de incógnito: lo que logra es resaltar su condición de hombre *sin oficio*.

Hay que notar que el negro tan oscuro de los lentes les da la apariencia de ciegos. En el momento de probárselos, cada quien es captado en distinto ángulo de mirada: Willie de perfil, hacia abajo; Eva hacia el frente pero con la cabeza inclinada del lado izquierdo; Eddie queda en tres cuartos de perfil, con la mirada lejana y orientada hacia la izquierda. Ninguno de los tres mira a la cámara directamente. Parece que su vista se pierde en un horizonte inalcanzable.

Pagar por tres

A la escena de las gafas oscuras, sigue un rodeo en el auto por la carretera asfaltada en la que se suceden las casas de arquitectura típica del sur de los Estados Unidos: madera clara y escasa ornamentación. Palmeras y más coches circulando, nada extraordinario. Por fin, encuentran un motel de su agrado en donde piensan alquilar una habitación doble para compartirla entre los tres.

Eva pasa inadvertida por el propietario del motel y se mete a la habitación como polizonte. Ella se queja de tener que representar ese rol incómodo, alegando que la llevaron con engaños, diciéndole que *eran ricos*. La

situación es cómica pues la chica tiene que agacharse en el auto para no ser sorprendida por el dueño.

Lo que Jarmusch logra en esta parte es continuar con la atmósfera asexual en donde Eva no por ser la única mujer es tratada con mayor consideración por parte de los otros dos protagonistas. La tratan como a un igual, aunque no es lo que ella quisiera.

Habitación número 3

Los tres amigos se instalan en su habitación y se distribuyen las dos pequeñas camas y un catre. Transmiten cansancio y fastidio. Aunque no llegan a un estado emocional de histeria, con gritos e insultos, se hace evidente que tampoco están a gusto ahí, así como tampoco lo estaban en Nueva York o en Cleveland.

La apatía de los tres personajes es mostrada de una manera natural: no sabemos con exactitud si es un malestar hondo o superficial el que los aqueja. A diferencia de las comedias de situación o los melodramas en los que los estados emocionales se hacen obvios y el público no tiene que preguntarse mucho al respecto, en *Más extraño...* las actitudes son veladas. Si suponemos que Eva se mostrará agradecida por el detalle de invitarla, comprobamos que es una muchacha insumisa y exigente.

Algunos analistas han notado que las producciones de Jarmusch suelen utilizar elementos triádicos y esta parte no es la excepción. Depositar en tres personajes el peso dramático crea la suficiente tensión como para motivar la imaginación del espectador. De esa manera, el público trata de adelantarse a la trama o avanza paralelamente pero agregando ideas suyas a la historia. La dimensión asexual puede interpretarse asimismo como una tensión sexual irresuelta, situación que cambiaría si, por ejemplo, fueran dos los personajes femeninos y sólo un hombre (aún dando por descontada la estereotipia).

Algunos análisis sugeridos por Casetti y Di Chio

Entre los análisis propuestos por los autores de *Cómo analizar un film*, los más interesantes son los tres siguientes: el análisis de los elementos cinematográficos de *Más extraño...*, en especial la edición; el análisis transtextual y el análisis contextual.

Pausas como respiro

El estilo filmico de Jim Jarmusch tiene como principal notoriedad el trabajo de edición: utiliza cuadros negros (con intervalos que van de los tres a los seis segundos) entre sus a menudo extensos planos secuencias, en los cuales la cámara recorre lenta y premeditadamente lo que tiene enfrente. Es en los planos secuencia que queda establecido el grado de control que el director toma en lo que filma. Con Jarmusch, el control es absoluto. Parece que él decide, de manera exclusiva, lo que el espectador verá finalmente.

Sin embargo, ese grado de control no llega a la paranoia de hacer artificial las actuaciones o los movimientos de cámara. Al contrario, éstos fluyen con naturalidad. Jim Jarmusch (ver **anexos**) ha declarado quiénes son los cineastas que lo han influido (principalmente Ozu, Ray y Wenders¹¹): la influencia de Ozu se nota en la lejanía que su lente guarda respecto a los rostros y cuerpos de sus actores; de Ray es el aspecto ideológico, en el cual cada toma (cada plano secuencia, para ser más específico) ha de ser una *idea*; de Wenders son algunos elementos estéticos como el blanco y negro, los paisajes insólitos pero sobre todo, la temática postmoderna que explora la cotidianidad, la soledad rural y la incomunicación urbana, las fascinaciones culturales individuales o marginales (como el jazz, el mismo cine, la televisión, las salas de cine, los climas, etcétera...).

El montaje de Jarmusch es clave en su propuesta artística: mediante los cuadros negros que *unen y separan* sus planos secuencia (esas tomas

¹¹ Este último más asociado al postmodernismo en el cine. Ver E. Soberón Torchia, obra citada. En la parte dedicada al fin de siglo, se habla específicamente de Wenders y Jarmusch como los directores favoritos de los cineastas en ciernes (págs. 420-423).

prolongadas casi desesperantes para el público más asiduo a la televisión que al cine) se va formando un rompecabezas en la mente del espectador. De esa manera, cada toma se vuelve *una idea*. En el terreno estético cada cuadro negro en una pausa de respiración que él relaciona con aquella que imperceptiblemente da el lector de un poema al saltar de un verso a otro. Reminiscencias de sus años de estudiante de Letras en la Universidad de Columbia en Nueva York.

Cándidos transtextuales

El optimismo que movía a los personajes de Voltaire es otro si se le compara con las ilusiones que motivan a estos tres jóvenes en busca del *paraíso perdido*. Suponemos que el retrato que el ilustre francés hace de hombres y mujeres es prototípico del *nuevo ser humano* que proponía la Ilustración: el trabajo, la ciencia y los viajes como forjadores de una sociedad más progresista y liberal.

Han pasado más de doscientos años y el optimista sigue poblando las mentalidades, especialmente en el constante bombardeo de imágenes y conceptos que a disposición de los públicos ponen los diversos medios de comunicación. Especialmente la publicidad propagada por la televisión. Es ese mundo de *mundos posibles*, la publicidad, quien alimenta el optimismo de Eva, Willie y Eddie: el *sueño americano* no fue una denuncia extranjera, sino una autocrítica local. Los mismos ciudadanos norteamericanos (no todos, eso es obvio) *saben* que la mercadotecnia les propone *paraísos*. Digo varios porque un paraíso es la televisión, que a su vez incluye otros: la evasión vía la comicidad, el ocio, el dinero fácil y otros muchos.

La travesía que Cándido y Cunegunda emprendieron era mayúscula, ambiciosa: recorrer el mundo hasta dar con la concreción de la utopía perfecta, la materialización de la felicidad terrenal; en cambio, el recorrido efectuado por los inmigrantes húngaros es igualmente ambicioso pero ahora cuenta con las ventajas de los avances tecnológicos: Eva llega en avión de su vuelo trasatlántico, y en unas horas se encuentra discutiendo en inglés con su primo sobre la comida norteamericana; un año después se

encuentra harta de la rutina de su subempleo en Cleveland y el escape a Florida no sirve más que para evidenciar su *decepción* del sueño americano (posible *renuncia* a su optimismo inicial que la decidió a huir del país natal).

Por eso Eva no puede compararse con Cunegunda, sólo con Cándido y es Eva (no Willie) el personaje más importante de *Más extraño...* el carácter asexuado de la historia resalta otros aspectos: ¿qué buscan *realmente* estos tres chicos? Buscan un paraíso que primero llegó a sus mentes vía ocular, pero que el paisaje no les devuelve vía ídem. Esto es, hay una incongruencia entre los paraísos propagados por la publicidad y la(s) realidad(es) que les toca vivir.

De los Ochenta al Dos Mil

Para los espectadores es grato, a la vez que sorprendente, comprobar la trayectoria de Jim Jarmusch como un cineasta norteamericano independiente cuya búsqueda primordial es la de elaborar *comedias serias*. A lo largo de dos décadas, la de los años ochenta y noventa, este director ha sido *congruente* con su estilo, tanto al interior como al exterior de su obra (la temática de la vida cotidiana en diversas partes del mundo y la no concesión a las convenciones del cine industrial tipo Hollywood: romance, violencia y comicidad de altos presupuestos pero escasas ambiciones).

El *subtexto* de las películas de Jarmusch ha permanecido: una discreta crítica, constante y plena de convicciones, al sistema mercantil, al capitalismo *profundo* del cual está impregnada la vida norteamericana y su cultura, que es la cultura más difundida por la publicidad y por los *media*.

El *contexto* ha permanecido inalterado o se ha ido incrementando conforme la consolidación de la *globalización*, ese proceso en el que el mundo se ha vuelto aquel *globo pequeño e insignificante*, ya no profetizado por Marshall McLuhan sino prefigurado por Voltaire en su crítica al optimismo ramplón.

El final según Rubén Olachea

Los últimos tres minutos del film de Jarmusch inician cuando Eva, molesta por no acompañar a su primo y su amigo a las apuestas, sale y compra un extravagante sombrero; es confundida por un sujeto que le entrega una cantidad considerable de dinero, billetes que Eva recibe con sorpresa interna mas no externa.

La vida está en la calle, allá afuera

Cuando Eva sale de su letargo reflexivo que ocurre en la escena solitaria frente al mar, decide hacer la cosa más estereotipadamente *femenina*: ir de compras y adquirir un artículo superfluo y *demodé*¹² (aunque realmente los sombreros no han pasado de moda sino que parecen también estar en un letargo, a la espera de un resurgimiento).

Con su gabardina y su rostro inexpresivo (que curiosamente *expresa* mucho, como ocurre con las modelos de pasarela) Eva luce excéntrica, algo siniestra: el personaje que la confunde no estaba tan errado al suponerla cómplice de algún hecho ilícito. Este personaje de “hombre con dinero” es un típico negro urbano que habla rápidamente y sin mucha lógica (el estereotipo de lo que en los ochenta será el *cantante de rap*, ¿hoy *hip hop*?)¹³. También viste estrafalariamente.

El director del film nos ofrece una súbita vuelta de tuerca, virando una historia cuyo peso dramático se concentra en la premisa del paraíso perdido o el *no* sueño americano, hacia un contraste cómico. ¿Es o no creíble que en un sitio de Florida un hombre entregue un paquete con una fuerte suma de dinero a una desconocida que por toda señal, le dijeron, era *la loca del sombrero*?

¹² Francicismo por “fuera de moda”.

¹³ Estos géneros musicales se caracterizan por contener partes habladas y enmarcan algunas protestas sociales.

El contexto finisecular latinoamericano no duda en relacionar estos personajes picarescos de la última parte de *Más extraño...* con el narcotráfico u otra actividad ilegal similar. Y así, en medio de la nada, surge la realidad: una sociedad en ruptura, en crisis, comerciando con adicciones y ofreciendo *alternativas* de progreso económico.

Poquito cinismo

A los dos amigos les ha ido bien esa noche: han ganado apostando a los caballos y han decidido celebrar embriagándose. Eddie continúa, aunque es de madrugada, con las gafas oscuras puestas. Ambos andan eufóricos. Incluso el *antes* tonto Eddie (que guardaba en su maleta el frasco vacío de cacahuates) luce resuelto y despierto (y naturalmente, deja de conservar aquel frasco).

La sorpresa de la nota en húngaro por parte de Eva, dejando una parte de la repentina fortuna y avisando que marcha hacia el aeropuerto, les baja el efecto alcohólico a los dos amigos. ¿Qué misión cumple la nota en lengua magiar? Por un lado, sólo puede ser leída por Willie; por el otro, *puede* significar una amonestación en el sentido de revancha: “*Mira lo que conseguí mientras tú apostabas a caballos*”.

En el aeropuerto, un estilizado personaje que vende boletos de avión *hace ver* al público su único interés: vender boletos al menor incauto, en una actitud no sólo de mercantilismo sino en una actitud vital de competencia en astucia. En un momento vemos que intenta venderle a Eva un pasaje hacia Budapest y casi enseguida vemos confundiendo a un atolondrado Willie que *compra* el boleto (¿qué atravesaba la mente de Willie en ese momento? ¿acaso creía que el dinero era para que siguiera *sentimentalmente* a Eva a una Hungría que sería la *recuperación del paraíso perdido*?). Es en esta parte, en la que el *coloquialmente* idiota de Eddie se marcha tras contemplar la partida de su amigo en el avión, en donde el más idiota queda representado en el personaje húngaro que se

volvió gringo.¹⁴ Todo ello, tras la cínica sonrisa insinuada en la mueca de perfección tecnócrata del vendedor de boletos.

Te toca

El final del film, concretamente hablando, se da con la toma de perfil de Eva, quien ha vuelto al cuarto de motel tras decidir que Budapest no es el lugar al que se le antoja ir (o volver). Seguramente ha notado la ausencia de la nota y de los billetes. Pero la iluminación es escasa (se había encerrado previamente para contar el motín y para permanecer lo menos notoria posible), se entiende que ni Eddie ni Willie volverán (el primero calcula que Eva y Willie se enamorarán en Budapest; el segundo *material y físicamente* se encuentra lejos de influir en cualquiera de los dos) y Eva *no* está dispuesta a marchar al lugar del cual partió con intenciones definitivas.

Eva permanece sentada, de perfil, moviendo el sombrero en sus rodillas. Símbolo del viraje de su suerte y del regreso, de un aterrizaje forzoso en el que comprueba que, ni aún con dinero, Willie y Eddie han dejado de ser un par de tontos con comportamientos infantiles y mediocres. Si en toda la cinta hubo cierta especie de tensión sexual, la broma de Jarmusch es conservarla intacta: nada se resuelve. Ninguno de los tres recuperó el paraíso. Ninguno de los tres halló en real lo que en su mente es *virtual*.

Así el espectador que haya seguido con atención este film provocativo. El público puede (es invitado a) elaborar en su propia mente finales alternativos que causen en él una apromixación a una conclusión. Cada uno de los tres personajes ofrece diferentes expectativas de resolución: ¿Willie logrará reintegrarse a la sociedad de la cual renegaba? ¿se pondrá a trabajar y dejará sus ociosos hábitos para volver a América por su Cunegunda o por su Eva, la *Primera Mujer*, aquella que provocó su exclusión del *Paraíso de los Estados Unidos*? ¿Eddie reaccionará o vivirá en una nostalgia de los *buenos tiempos idos*? ¿Eva volverá con el novio y

¹⁴ De "*green go home*". Sobre la identidad nacional mexicana y el cine, es interesante ver de E. García Riera, *México visto por el cine extranjero*, México, Era y Universidad de Guadalajara, 1987 (varios tomos).

*En las películas, lo que escribo, el diálogo, es mínimo,
y a menudo hay -bueno, siempre-
hay algún tipo de problema de comunicación entre las personas*

Jim Jarmusch

*Todo hombre honesto debe pretender ser un filósofo,
sin ufanarse de serlo*

Voltaire

CAPÍTULO 3. COMUNICACIÓN *VERSUS* INCOMUNICACIÓN

Ha llegado el momento de hablar sobre la imagen yendo más allá de ella, en un viaje circular que parte de un punto inicial y que termina justo donde comenzó, pero con una visión renovada que se obtiene únicamente a través del recorrido.

Guerra antigua, discreto vencedor

Los lugares comunes guardan un discreto encanto. Al comparar la comunicación con un evento bélico, caemos fácilmente en aquella visión maniquea y extremista en la que una guerra aparentemente sólo puede arrojar por resultado vencedores y vencidos. Si en el proceso de las relaciones internacionales entre distintos países el concepto de “guerra” incluye más de una acepción, en el proceso de la comunicación se hace necesaria una revisión que haga flexibles los conceptos.

Comunicación idealizada

Preguntarse por qué la humanidad ha depositado tantas esperanzas en la comunicación es similar a preguntarse el por qué de la existencia del optimismo. No tenemos muchas opciones, lo cual no impide que cada opción abarque diversos y amplios grados de consecuencias y compromisos.

Para ejemplificarlo con imágenes culturalmente asequibles en nuestro contexto latinoamericano, un optimismo en la comunicación muy distinto es el que movió a historietistas como el argentino Quino y al estadounidense Walt Disney. En este último, también fue uno su optimismo en vida y otro el de sus continuadores que elaboran productos para la firma comercial que lleva su nombre (por fieles o apegados que se propongan ser). Quizá otro efecto podría resonar en la mente de los lectores si quien esto escribe hubiese escrito simplemente “distinto” y no “muy distinto” (la opción de subrayar o escribir en *itálicas* el adjetivo minimizaría el comentario).

Comunicación puede volverse un sinónimo de optimismo. Creer que los problemas tienen solución por vía del diálogo y del debate civilizado (*¿habrá otro?*) es apostar por la voluntad. Así como nuestra cultura lectora tiende a ubicar los textos horizontalmente y de izquierda a derecha (salvo los ímpetus por lo insólito de algunas modas publicitarias), y así como nuestra cultura del tiempo es una especie de flecha que se mueve siempre hacia delante (en el sentido de las manecillas del reloj), así nuestra cultura (*¿cómo llamarla: occidental, global, cultura cultural?*) tiende a idealizar y a depositar demasiada fe en algunos principios y valores. El optimismo es una idealización de antigua data. Digamos que la comunicación es una idealización reciente, útil para la democracia y muy útil a *las democracias*.¹

¹ Más allá de la simple ironía, aquí cabría preguntarse qué es la *corrección política*, sus interrelaciones con la *nueva cultura* de la mundialización o la globalización, la posmodernidad y la vida cotidiana, panorama que se vuelve incompleto sin la mención de los medios. Al respecto es útil ver F. Jameson, obra citada, aunque el asunto está muy lejos aún de ser agotado.

Incomunicación ignorada

Siempre padecida, jamás atendida lo suficiente.² Esa parecería ser la historia de la incomunicación. Esta es otra situación donde suele confundirse cantidad con calidad. Si una pareja cree que platicándolo *todo, todo* será resuelto, tarde o temprano terminará admitiendo la relatividad de su complementariedad. El lector de prensa conoce muy bien esos intentos por ser informado *a profundidad* sobre algún suceso o polémica. Finalmente es uno, el consabido e inefable (también ubicuo) lector quien *decide* a quién leer y medianamente, creer. A veces el lector *concede* atención pero las encuestas de popularidad y rangos de consumo son paradójicamente ambiguos: que un espectador ría ante la programación de Televisa (para citar un grupo de medios nacionales) no significa ni siquiera que esa risa sea de gusto. Los "ratings" son, pues, meras aproximaciones entre la arbitrariedad de un signo numérico y lo insondable que puede ser el sentido común de un ciudadano ídem.

Fueron los mismos medios de comunicación quienes expresaron en México el "boom" de la carrera de Ciencias de la Comunicación³ en la década de los ochenta, algunos de nosotros somos miembros de esas generaciones. Nos acostumbramos al comentario obligado sobre nuestro interés o no de participar en los medios; más de uno, desde la práctica, comprobó el oropel o bien cayó en las redes del poder (ficticio, como casi todos los poderes) de dichos medios. También existía la pregunta si el fenómeno no se debía acaso a un esfuerzo por suplir la escasez de democracia de la sociedad toda. Otro ejemplo de demasiada fe depositada

² Ver C. Castilla del Pino, *La incomunicación*, Barcelona, Nexos, 1990, especialmente el prólogo para esta edición, en donde el autor se cuestiona sobre la "necesaria" incomunicación. Asimismo, C. Millé de García Liñán, *La necesidad de comunicarse*, México, Edamex, 1993, sobre todo Introducción y primer capítulo (págs. 7-38). Una idea interesante sobre que el fin primordial de los medios se ha vuelto la supresión última de todo proceso de comunicación se puede hallar en G. Betteini, *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación filmica y televisiva*, Madrid, Cátedra, 1986, especialmente en la introducción (págs. 13-18).

³ En relación a este tópico, véase la opinión de Emilio García Riera en su texto introductorio a E. Soberón Torchia (pág. 15), obra citada.

en un proceso que se responde con otra pregunta: si no es en la comunicación ¿en qué valdría tener esperanza?

Omnipresente, la incomunicación garantiza la posibilidad de errores y malentendidos en todo intento comunicacional, sea interpersonal, audiovisual, gestual, etcétera. La incomunicación en cadena puede ocasionar efectos catastróficos. Fácil aliada de los rumores y los escándalos, la incomunicación puede transformarse en espectáculo y gran negocio. Podríamos plantearnos la imposibilidad de evitar la incomunicación, entendiendo a ésta no como la ausencia de comunicación, sino como la intrínseca imperfección de toda comunicación.

Comunicación con minúsculas

Desmitificar la comunicación no es tarea fácil pero también los cambios pueden ser rápidos. Modificar la concepción general que tiende a asociar la palabra comunicación a una especie de intercambio aséptico de información que viene y va como si se tratase de operaciones comerciales o bancarias, es válido. La comunicación ha sido idealizada a un rango de virtud en el que las personas “comunicadas” (tanto tecnológicamente como de manera humana) son *mejores*. No se trata aquí de hacer una apología al silentismo, pero sí de considerar una reevaluación del concepto real de lo que es comunicación.

La palabra misma tiende hacia la acción en común aunque ciertamente es distinto decir *comunicación* a decir *comunación*. Los acuerdos culturales suplen hoy a la etimología clásica, o mejor aún, coinciden plenamente con ella. Esto nos lleva a la interrogante de si el acto de hablar puede ser considerado una acción. Revisión inmediata de los conceptos: si el televidente considera que escuchar el demagógico discurso político de un dictador es una acción (por pasiva que le parezca al resto del mundo), acción será para él, del mismo modo que el rebelde pacifista siente la transformación del mundo con y desde su silencio.

La COMUNICACIÓN, gracias a la constante incomunicación, resulta ser *comunicación*: así, con minúsculas, ya otra muy distinta a la presupuesta y mitificada. Resulta sentimental y parcial afirmar que la comunicación perfecta sí existe en la poesía, en el cine, en un abrazo, en el orgasmo o en

la comprensión mutua. Bien sabemos que el entusiasmo es individual y temporal. Que la lectura de Cándido y la visión de Jarmusch nos parezcan a nosotros productos de comunicación al grado de obras maestras, ello no implica que la incomunicación siga presente y haga permanecer, respecto a esas mismas piezas, opiniones encontradas, debatibles, optimizables y perfectibles como todo.

En medio de los *media*

Vuelve la fantasía: imaginar un ser humano rodeado de medios (televisor, computadora, teléfono, fax, grandes carteles, marquesinas) que lo comunican a distintos grados con sus semejantes o con la sociedad de una manera nominal o anónima, pero manejando siempre esta idea de saturación que raya en la neurosis informativa o en la dependencia informativa del ciudadano promedio. Con todo ello, la pregunta es si el hombre es quien está en medio de los medios o si son los medios los que están en medio de los hombres. Cuestión de enfoques.⁴

Video en cine

Son los ojos del ser humano los más expuestos al *bombardeo* (dramático pero ilustrativo término) de los medios. Toda letra, color y detalle de diseño, toda imagen y todo efecto de profundidad o de tridimensionalidad, por citar sólo algunas características, ingresan a nuestra mente por vía ocular. Conectado a los otros sentidos, la vista es lo que más permite al hombre imaginar, soñar, fantasear con otras imágenes (acciones éstas que no excluyen en ningún momento a los ciegos *fsicamente*).

La cultura visual es un proceso social. A veces no tenemos conciencia de nuestra condición de iletrados o alfabetas visuales. Imaginemos, como solo ejemplo, la cantidad de gestos importados a través de las series de televisión norteamericanas. Surgen varias cuestiones: ¿puede hablarse de una *transculturación semiótica, no verbal, visual o gestual*? Estos gestos

⁴ Ver J. Ellis, *Visible Fictions, Cinema: television: video*, Nueva York y Londres, Routledge, 1992. Sobre todo el apartado *Broadcast TV* (págs. 109-171) y *Postface* (págs. 270-284). También VV.AA., obra citada.

¿son cuantificables? ¿cuántos de ellos se integran a la comunidad receptora? ¿cuáles sectores son más susceptibles?⁵

No sabríamos decir en cuántas películas de las que intentan reproducir la *cotidianeidad* aparece el televisor como un objeto emblemático de *realidad*, en el sentido o entendido de que hay cotidianeidades y realidades. En *Más extraño...* y en muchas otras, la televisión es un objeto de culto presente en los hogares como en algún momento en la cultura cristiana (católica para ser más específicos) lo fue la cruz, el crucifijo o algún referente al credo. En discusiones sobre medios en los que se destaca esta idea, es notorio que en algunos miembros causa cierta incomodidad. No intentamos situar al monitor de televisión como un ídolo de culto consciente pero sí recalcar el aspecto de una cierta angustia o vacío inquietante que se percibe en quien está *acostumbrado* a su compañía y se ve sometido a su ausencia.

Cine en video

Por otra parte, está el monitor como multimedia. Es decir: la televisión es un artículo electrodoméstico de entretenimiento, una pantalla cristalina que *deja* ver, cual si fuera página de un libro, imágenes reales y fantásticas, actuales y pasadas, locales y lejanas, propias o ajenas, breves o extensas, sencillas y complejas, pasajeras o contundentes, confortantes o amenazantes, y de ahí la entrada a una gran cantidad de ponderables: si el formato es tal o cual, si lo presentado es humano o simplemente si es natural o artificial (los dibujos animados, la animación por computadora o cualquier tipo de recurso), y si lo representado contiene *intenciones*, a saber, tales como las más usuales: cómicas, comercializadoras, ideológicas, informativas, científicas, educativas, institucionales, artísticas, morales, religiosas y de otros tipos, sin descartar las combinaciones posibles.

De esa manera, el televisor es receptor de señales: de antenas parabólicas, y de servicios de televisión por cable; y es *proyector*, asimismo, de teleconferencias, de los cartuchos de videojuegos, las videocintas y las

⁵ Ver M.L. Knapp, *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*, Barcelona, Paidós, 1982, especialmente el apartado *Televisión y Comunicación no verbal* (págs. 33-37).

videgrabaciones, incluyendo las caseras. En el mundo de representaciones que el televisor posibilita, está la ficción elaborada en dos parámetros especiales: el cine, cuyo formato técnico es *distinto* pero a la vez, adaptado y por ello hermanado a la televisión; el segundo parámetro especial es la *extensión temporal*, en el que la duración de una película varía de una hora y media hasta las tres horas pero que se vuelve manipulable a discreción.

El cine cabe y está en la televisión, tanto en la programación de canales gratuitos como privados y hasta especializados, así como en la reproducción de películas transferidas al formato de videocinta. El cine en video es, sin duda, un evento distinto a lo que significa asistir a la sala de cine. La calidad de la fotografía y del sonido responde entonces a otras variables y los puristas del séptimo arte dirán que es una *deformación*. Sin embargo, la comodidad del arribo del video y la popularización de la televisión se han consolidado, en parte porque decir *cine* significa evocar un mundo inagotable de lo ya producido, lo reciente y lo que está por salir al mercado. Entonces, el cinéfilo puede ver ese cine que nunca vio o volver a ver ese cine que tanto disfrutó. El aficionado o el fanático de las imágenes en movimiento termina por mediar sus exigencias y aprende a convivir con ambos medios.

Video Imperatrix Mundi

Globalización y posmodernidad se han vuelto visibles en las pantallas. De hecho, si no la única, es una de las maneras de hacer asequible lo abstracto. Porque lo global y lo posmoderno se volvieron dos conceptos, dos discursos, dos abstracciones. Simplemente evoquemos algunos eventos registrados en la memoria colectiva televidente, sin ningún afán histórico: la llegada a la luna en la estética de los aparatos receptores con bulbos, y el encuentro entre la novedad de la televisión a color y la entonces popular televisión de blanco y negro; el magnicidio del presidente norteamericano John F. Kennedy y tres décadas después, el del candidato a presidente mexicano Luis Donaldo Colosio; el suicidio de empresarios japoneses ante las cámaras; el terror de las ejecuciones musulmanas, la hambruna africana, las pruebas nucleares, las catástrofes climáticas y ecológicas, la guerra como espectáculo de *videojuego*; la publicidad constantemente renovada y acapadora de la atención por parte

de firmas comerciales de bebidas refrescantes, autos y pantalones de mezclilla, por ejemplo.

De todos los enumerados anteriormente, resulta curioso que exclusivamente el primero parece significar algo agradable. En un carácter más optimista, los recuerdos colectivos televisivos gratos son los algo lejanos y bastante impersonales registros de ceremonias célebres, espectáculos de inauguraciones de Olimpiadas, conciertos de música y toda la *educación*, entre sentimental y cómica, de las series y las películas vistas a lo largo de nuestra existencia.

Llegamos luego a los recuerdos personales que posiblemente están entre los más susceptibles de ser guardados en video: aniversarios, bodas, nacimientos, vida en familia, vacaciones, entre otros. La videoteca personal no supe a la biblioteca, pero puede incluir películas famosas y representativas o simplemente, queridas. Por último, el video emparejado con el monitor de la computadora predicho por los futurólogos y que empieza a ser una realidad, aunado a la llegada de nuevos formatos como el de alta definición, hacen que la televisión y el video (no tanto como casete sino como medio) continúen su presencia como instrumento eje de la cotidianeidad cultural.

Publicidad paraíso

El discurso publicitario⁶ es uno caracterizado por su optimismo a ultranza: paraíso plagado de supuestos, es un terreno donde se cruzan la ficción y un constante nexo con la realidad del *receptor ideal*.

Ser de conflictos

Dado que el receptor común es un ser humano de conflictos, el receptor ideal es un ser imaginado al mismo tiempo por el emisor y por el receptor mismo. Los conflictos son los desajustes entre la realidad propuesta por la

⁶ Véase H.K. Ehmer y otros, *Miseria de la comunicación visual. Elementos para una crítica de la industria de la conciencia*, Barcelona, Gustavo Gili, 1977, especialmente los apartados sobre publicidad (págs. 182-200), revistas juveniles (págs. 235-273) y mercadotecnia (págs. 327-362).

publicidad o por los medios, suponiéndose reflejos del mundo y de la cotidianidad de cada ser humano receptor.

Por ejemplo, el crítico de arte que se agobia frente a la vanal programación de la televisión es un esfuerzo inútil por cambiar la naturaleza humana: la preocupación real es hacer llegar la pluralidad de temas y opiniones a los medios. Pero el receptor, en tanto humano, seguirá siendo objetivo y subjetivo a la vez, gente que piensa, siente y que por lo tanto, necesita comunicación.

Tanto el científico es una persona capaz de enamorarse como el obrero puede estar interesado en saber qué es democracia. Son los estereotipos los que han mermado la espontaneidad en los reflejos que se envían desde los medios hacia los receptores. Sin embargo, resulta creíble pensar que por funcionalidad, la publicidad ha tejido (y teje constantemente, imitando a Penélope) un fundamento en el que finca los comportamientos ideales de los miembros de una sociedad: allí la población indígena es *sólo* de una manera y el empresario se comporta uniformemente, conforme a su gueto; incluso los modos de ser *alternativos* se encuentran codificados e identificables, hasta llegar a la caricatura.⁷

Optimismo a ultranza

No es fácil contestar a la pregunta de por qué la publicidad maneja un discurso invariablemente optimista. Si la publicidad constantemente está ligada a un intento por convencer de cierta idea al receptor, mayoritariamente orientadas hacia una transformación en la que el receptor se vuelve un consumidor, entonces la función de la publicidad es justificar el modo de producción capitalista, el modo de convivencia social y el modo de cultura occidental en el cual cada vez más personas nacen, crecen y mueren.

La creencia de que todo mal es temporal, que después de un padecimiento hay un alivio y, sobre todo, de que vivimos en “el mejor de los mundos posibles” que Pangloss le revelaba a Cándido, se puede comprobar con

⁷ Interesantes conceptos sobre transculturación, aculturación, identidades culturales, lo alternativo y el humanismo pueden hallarse en C. Geertz, *Los usos de la diversidad*, Barcelona, Paidós, 1996.

sorprende en la mayoría (¿o en todos?) los anuncios publicitarios de la televisión, ese proyector luminoso e incansable que alumbró el tedio de los días y las noches de gente como Willie y Eva.

El receptor ideal tiene al televisor como ruido de fondo y su historia es una más de las que se cruzan entre fragmento de serie o película y barra de comerciales. De hecho, cada anuncio pretende contar una historia, un suceso, una escena en la vida de alguien. Este cúmulo de historias fragmentadas o fragmentarias conforma una especie de carrusel que en conjunto o singularmente aspiran, en un azar más calculado que aleatorio, a *engancharse* audiovisual y vitalmente a la atención del espectador.

Optimismo activo

El ser humano puede seguir siéndolo frente al televisor. La amenaza de ser alienado por una sobreexposición a la pantalla es un tema de resoluciones ambiguas, pues nada garantiza la calidad del emisor ni del receptor. El proceso, pese a su mitad colectiva, es individual. Y el comportamiento humano es, suele ser, paradójico, enigmático.

El optimismo activo es aquel que saca provecho aún de lo que pasaría inadvertido en el mundo del cine, la televisión, la publicidad y otros medios contemporáneos. El investigador está ahí para dar con los indicios y para desarrollar nuevos temas.

Como en el jardín de Cándido y en las películas de Jarmusch, el hombre tiene como mejor arma su optimismo en acción frente a la avalancha de estímulos a que se ve expuesto y a los que se está acostumbrando a estar expuesto.

Receptor ideal

El receptor ideal existe y no. No existe porque no se le puede identificar en este preciso instante en una persona determinada pero existe en cada uno de los receptores, cuando se reúnen las características necesarias y las variables confluyen: ¿cuántas veces hemos sido nosotros mismos el

receptor ideal? Es un problema de memoria y habría que preguntarnos en qué nos basamos para calificar así a un sujeto.

Nada es seguro y nada es igual a ninguna otra cosa. El que una película sea catalogada como infantil no significa que forzosamente halle en los niños a su receptor ideal. Lo mismo ocurre con cada género de cinta: la acción ¿lo es verdaderamente? y ¿quién es el receptor ideal de la pornografía⁸ o del cine de autor o de arte?⁹

De la idea a la voz

El ser humano ejerce su capacidad de pensamiento y enuncia palabras. Se distingue así de otros animales. La fuerza del *Homo sapiens sapiens* radica en su debilidad: para sobrevivir ya no emplea solamente la fuerza sino también emplea la sutileza, la materialización fónica del pensamiento. Inútil sería y no es pretensión de este trabajo el apoyar o no la tesis de que enunciación y pensamiento son simultáneos en la historia de la humanidad. Más bien es un breve repaso en esa historia sintetizando tres procesos: de la idea a la voz; de la letra a la imagen y de lo irreal a lo virtual.

Una sola palabra tiene varias acepciones. Los acentos que el hablante imprime tienen a su vez relaciones con los contextos sociales, locales y regionales del hablante. La simple enunciación de una palabra como *hola* es un acto irreplicable. Cada vez que se da una mención, por trillada que se le considere a la palabra o a la frase, asistimos a un evento único en el que las consecuencias no se pueden predecir. Quizá no ocurra nada y el *hola* pase inadvertido y se vuelva una fórmula social de reconocimiento por acuerdo cultural, quizá pase una cosa totalmente distinta, inesperada.

La voz, la imagen acústica que es aliento y no pesa pero puede quedar impresa en la memoria y registrada en cintas magnetofónicas es el milagro que se encadena continuamente formando lo social. El silencio, en sus

⁸ Al respecto ya empieza a haber aproximaciones. Véanse E. Olcina, *No cruces las piernas. Un ensayo sobre el cine pornográfico*, Barcelona, Laertes, 1997; F.M. Osanka, *Sourcebook of Pornography*, Lexington, MS, 1989 y A. Caamaño Uribe, *La pornografía: estudio sociojurídico de un problema mundial y eterno*, México, Edamex, 1989.

⁹ Ver J. Gelmis, *El director es la estrella*, Barcelona, Anagrama, 1970, sobre todo la introducción (págs. 13-27).

variantes, es otra imagen acústica (por ausencia): el silencio pensante, el silencio acusatorio, el silencio emotivo. No es la familia, sino la palabra, la verdadera y primera célula de la sociedad.

De la letra a la imagen

Es fácilmente comprensible el salto que hay de la palabra hablada a la palabra escrita. La ortografía es una de sus consecuencias y la especificidad cultural de las nacionalidades otra. Como las fronteras geográficas, así las grafías son ejemplo de los acuerdos culturales internos de una sociedad y la diferenciación con lo exterior, lo cual no excluye ciertas tensiones. Las distinciones entre una lengua y otra no son gratuitas, por similares que sean sus raíces o sus influencias.

Cada letra es una imagen. Breve imagen articulable físicamente con sus semejantes (a + b + c). Articulable asimismo de manera intangible con la mente del individuo que se enfrenta a ellas. Del mismo modo que el niño echa a volar su imaginación en el juego donde su madre le da la primera sílaba de una palabra por adivinar (po... llo, po...tro), así el lector suele imaginar con agilidad y por reconocimiento de contexto, las sílabas que completan la palabra interrumpida al término de un renglón o pausa.

La letra es una imagen sutil. Al incluir erróneamente una letra que no va en una dirección electrónica (sea un correo o un sitio en la red), el proceso falla. Nuevamente, una sola letra es clave para el buen funcionamiento de una acción. Hoy la letra es un signo cargado de implicaciones y la publicidad y el diseño gráfico específicamente, han influido para que tamaños, colores, formas, caligrafías, texturas, contornos, sombras, familias y estilos, entre otras características, hagan de cada letra un signo con valor único. El signo "arroba" (@) ha incrementado su popularidad a la par del desarrollo del correo electrónico. De la noche a la mañana, un signo se ha vuelto símbolo universal de una acción específica.

De lo irreal a lo virtual

A la difícil pregunta de qué es lo real se le puede contestar, como aproximación, con una palabra expresa o impresa: es algo real, tangible en

este universo a su vez tangible. Pero lo que expresa tal o cual palabra, ése es otro misterio. Equivale a hacernos el serio cuestionamiento de qué es lo que hay detrás de los sellos de un pasaporte, de la palabra “reprobado” en un papel escolar oficial, del saludo casual “hasta luego”.

Las palabras, en su ligereza, materializan el presente, la idea, el momento, la acción. Son células vivas en el sentido que contienen la vida de un libro y ésta se renueva en cada lector, en cada momento crucial en que se cruzan, valgan las redundancias, la vida del libro y del lector. Hasta ese punto tienen vigencia y consecuencias los acuerdos culturales. Es por la gente y las letras que las culturas permanecen activas.

La letra en la pantalla tiene el mismo peso y la misma fuerza que en la página de papel. La pantalla como extensión de la página, lo dijo McLuhan¹⁰ y lo constatamos diariamente. El taller de Gutenberg se encuentra hoy en cada oficina, en cada monitor e impresora encendidos. Cuando alguien enunció: *Una imagen vale más que mil palabras* nos jugó una enorme broma. En primer lugar porque empleó palabras para sugerir una imagen. En segundo lugar porque es fácil ejemplificar que una palabra contiene miles de imágenes: la literatura, por ejemplo. Un título como el Quijote rebota en las mentes de sus lectores y encierra, como en un archivo, una sucesión de acontecimientos que son memoria e imaginación, irrealidad que se vuelve realidad, virtualidad. De cada memoria depende la fuerza de su impacto.

La videoclización del mundo

Más allá del criterio estadístico de asociar el desarrollo económico y social con la cantidad de aparatos televisivos que hay en un hogar ¿qué ha pasado con la relación mundo y televisión? ¿hasta qué puntos ese objeto cúbico cargado y propagador de imágenes ha modificado nuestras vidas?

¹⁰ Véase A.H. Richmond, *Global Apartheid*, Toronto, Oxford University Press, 1994. Se cita a McLuhan como uno de los primeros en reconocer el impacto del cambio estructural que se hizo evidente en el transporte, la comunicación y la transmisión de informaciones e imágenes. Capítulo dos (págs. 27-46).

Onirismo en pantalla

La capacidad de soñar es una facultad humana. ¿Cuándo aprendió el hombre a soñar? ¿al mismo tiempo que a pensar? ¿una acción generó la otra? El hombre sueña lo que no tiene, lo inalcanzable. Los sueños más simples logran que visualicemos aquello que nos fue negado: el niño sueña la comida que le fue prohibida, el hombre sueña la riqueza no obtenida y el adolescente placeres que no están a su alcance. Gran recurso de la mente humana es la imaginación.

Se sueña con imaginación. De esa manera se puede soñar despierto, en vigilia. El artista imagina historias, imágenes, formas, sonidos, olores, efectos. El artista creador los materializa. Por eso, cada ser humano es un artista en latencia. No todos desarrollamos esa capacidad pero algunos artistas singulares han legado al mundo gratos momentos gracias a su talento.

El sueño es una actividad diaria, sea diurna o nocturna. El que nuestra memoria articule esos sueños es un proceso de autoaprendizaje. Es sorprendente la cantidad de gente que no se atreve a autointerpretar sus sueños. Un solo sueño ofrece múltiples interpretaciones desde un solo intérprete. La brevedad de sus imágenes va cargada de conceptos, de palabras, de ideas.

Sueños a control remoto

Si nuestra mente es nuestra pantalla, aquella que nos permite ver con los ojos cerrados y más importante aún, *ver* sin necesariamente ver, hay que llamar la atención sobre el efecto de la televisión: ella nos hace soñar sin sentir que soñamos. Simplemente sentimos que nuestra acción es mirar y escuchar. Pero la atención es un proceso sumamente variable en sus intensidades. Cuando el televidente es tocado en sus fibras sensibles frente a la pantalla, su emoción iguala o supera la de su cotidianidad.¹¹

¹¹ Ver M. Featherstone et al., *Global Modernities*, Londres, Sage, 1995. La televisión y los nuevos medios como los *shows* de debate y el correo directo se vuelven cada vez más importantes para la sociedad civil; la cultura de la comodidad y los medios son cada vez más los terrenos para la creación de identidades. Especialmente el capítulo catorce, sobre psicoanálisis y la división de lo público y lo privado (págs. 244-259).

¿A cuántos sueños se enfrenta el televidente en diez minutos de exposición al televisor? No lo sabemos. Supongamos que hay un efecto liberador en cada imagen: uno que llamaríamos efecto dominó, en el que cada imagen se asocia a otra, formando cadenas. De esa manera, un segmento de una telenovela formaría un tramo horizontal ante nuestros ojos, pero algunos cuadros de estas imágenes en serie serían eslabones laterales o colaterales asociados a nuestra historia personal. Así, nuestro nivel de atención a la historia puede verse reforzado o no en tanto detengamos o controlemos ese proceso de memoria individual en el que, por ejemplo, un beso o una lágrima se asocian a nuestra experiencia vital de placer o pena.

Pero sabemos que un fragmento de telenovela suele contener más de una escena ejemplificando situaciones a menudo contrastantes o complementarias. Tras el fragmento vemos la cortinilla que nos recuerda el título de la historia y después vienen comerciales o anuncios institucionales, cada uno de ellos intentando contar una breve historia. El espectador se adhiere o no a las propuestas; puede incluso sondear en otros canales para saber si se está perdiendo algo mejor o más interesante, o simplemente es su costumbre buscar constantemente estímulos que desafíen su nivel de atención. Se trata de un juego en el que objetividad y subjetividad se entrelazan.

Economía visual

¿Cuántas de esa cantidad de imágenes se quedan en la memoria del televidente? Más aún ¿hay una especie de archivos distintos en los que el observador guarda las imágenes a corto, mediano y largo plazo, como en la memoria de nuestra vida? ¿cuál es el criterio con el que actúa nuestra mente al discriminar una imagen publicitaria, una imagen de una historia de ficción, una imagen informativa mediática, una imagen abstracta artística, una imagen de la cotidianidad colectiva, una imagen de la cotidianidad individual, una imagen exclusiva de la historia personal?

De la cantidad millonaria de imágenes a las que el ser humano contemporáneo se ve expuesto, hay un criterio conveniente derivado del acuerdo cultural de nuestras sociedades: la economía. Se trata de la selección, arbitraria y no, de las imágenes que decidimos conservar. En nuestra mente están las representaciones y las figuras que conforman nuestra historia icónica, por así llamarla. Somos nuestros propios diseñadores, nuestros propios cineastas. Somos artistas anónimos y también somos plagarios (¿o plagistas?) cínicos o inocentes, cuando propagamos a quienes nos rodean imágenes que creemos nuestras y no lo son totalmente.¹²

Todo está visto, podría decirse, pero no es así.¹³ Al igual que la palabra, con cada imagen asistimos a la inauguración de un nuevo suceso. Como ejemplo maestro está la obra de arte: cada vez que la revisamos es una nueva observación, un nuevo acontecimiento. Por eso la sensación de aburrimiento que supuestamente provocan los lugares comunes existe en tanto una declaración de rendición por parte del individuo. Ninguna mirada sustituye la de otra persona. Sin embargo, puede ser contagiosa. La visión de un autor intenta ser única o plural, al fin de cuentas es un emisor de visión o visiones. El receptor hará lo propio.

Cultura videoclip

¿Qué es un videoclip y cuánto dura? El videoclip es un término relativamente nuevo porque se asocia a un producto y a un género específicos. Tres minutos en promedio de imágenes seriadas grabadas con técnicas de cine o video para ser programados en televisión. La idea del clip (ese pequeño artículo de papelería que agrupa hojas en las oficinas) es precisamente esa función de agrupar e insertar: reúne un conjunto de hojas y se inserta en un expediente o archivo.¹⁴

¹² Resulta interesante ver R. Debray, *Vida y muerte de la imagen, Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona, Paidós, 1994. Especialmente su tesis número doce (págs. 299-308) en donde conceptualiza qué es mediología, videosfera y lo invisible.

¹³ Otra pregunta sería ¿cuánta educación se requiere para tener buen gusto? El sensacionalismo y los desafíos de la libertad informativa son muestras de los altos grados de insatisfacción (en el conocimiento, en la población) que la información misma (y sus prefijos semi, pseudo, des...) genera.

¹⁴ Sumamente interesante es revisar M. Renov, *Theorizing Documentary*, Nueva York y Londres, Routledge, 1993, especialmente las notas (págs. 197 y 198), mencionando los tres video clips más

La síntesis

De igual modo, en la década de los ochenta hay un fenómeno explosivo de lo que es el videoclip. Surge una generación entera aficionada y expuesta a todo un canal de televisión especializado en la programación y transmisión de videoclips musicales: el popular canal MTV (Música Televisión, por sus siglas en inglés), más otros similares. Las canciones suelen tener tres minutos de duración. El videoclip presenta, durante esos tres minutos, una historia visual que acompaña a la melodía.

El género se ha sofisticado: si ya en los años setenta, grupos musicales como ABBA hicieron videos en los cuales se contaba o se narraba una historia al mismo tiempo que se ejecutaba una melodía (videos que hoy ya constituyen un ejercicio de nostalgia de una primera globalización, en la que un grupo sueco triunfaba mundialmente con canciones en inglés). En los años ochenta se da un apogeo en el que las generaciones juveniles incorporan a su léxico cotidiano el concepto y la exposición al género (tanto en las discotecas como en la cotidianeidad hogareña), los años de esta década finisecular, los noventa, se caracterizan por una evolución del video al punto que se integran las imágenes diseñadas por computadora, la pluralidad de los géneros musicales de distintas lenguas y países, la comercialización en videocassette del conjunto de videoclips, así como premios y surgimiento de más canales de televisión o programas dedicados a su trasmisión.

Hemos llegado aquí a un punto importante de este trabajo: el arribo de la conceptualización del videoclip como metáfora sintética de sueños y de historias visuales. En un tiempo promedio de tres minutos, un videoclip es la concreción de sonidos e imágenes en una especie de caos *bajo control* en el que cada telespectador construye una historia que se presenta semidesarticulada para que el televidente reaccione construyendo una

vistos: la golpiza de la policía a Rodney King, la explosión del Challenger y una aparición de la campaña para presidente de Clinton en el canal MTV (tomados a su vez de *Newsweek*, 11 mayo 1992). También G. Stefani, obra citada, capítulo segundo, *El universo Pop* (págs. 19-38).

ESTAS TESIS NO DEBE
SER EN ESTE VISTO
SALVO DE LA BIBLIOTECA

historia a medias, entre lo propuesto por el o los artistas y su experiencia particular.¹⁵

Hablemos de cine

Reconocidos cineastas como el norteamericano Spike Lee han hecho videoclips para cantantes como el italiano Eros Ramazotti o el inglés Derek Jarman para el dueto británico Pet Shop Boys. Pero este apartado no se trata de establecer meras correlaciones de prestigio entre el arte cinematográfico y la música comercial popular internacional.

Se trata de una pregunta: ¿a qué se debe, más allá de los criterios de producción y comercialización cinematográficas, que una película dure en promedio entre una hora y media o dos horas? ¿qué es lo que sucede con la visión de la cinta en la mente y en la memoria del espectador? ¿a dónde se van la cantidad enorme de imágenes que el público cinéfilo aprecia a lo largo de su existencia?

Volvamos al acuerdo cultural y social por excelencia: la economía. El espectador se ve forzado a elaborar una síntesis personal, tanto visual como verbal, de lo visto. Dependiendo de los talentos del espectador, éste podrá grabarse de memoria alguna frase de los diálogos, alguna escena en particular, la historia resumida de los acontecimientos que tejen la historia, algún detalle específico como la calidad del sonido, de los subtítulos, del doblaje, de la pantalla, del formato de la cámara y del rollo de película utilizados, de la escenografía, del vestuario, del reparto, del maquillaje, de los efectos especiales, de la dirección artística o de actores, más un extenso etcétera que varía, se enriquece y sofisticada constantemente.

Hablemos de video

La popularización primera que ocurrió con el televisor ha desencadenado diversos procesos de popularización de artículos relacionados con ella: uno de ellos es el video, entendiendo su doble versión: el formato y el

¹⁵ Ver G. Betetini y F. Columbo, *Las nuevas tecnologías de la comunicación*, especialmente el quinto capítulo, *La comunicación sintética* (págs. 229-258), Barcelona, Paidós, 1995.

género. Ahora es posible que cada persona sea su propio archivero iconográfico: así como cada quien elaboró alguna vez su álbum de fotos familiares, así hoy cada cual puede poseer una videoteca personal con películas familiares y personales favoritas.

Insistamos ahora yendo más allá del fenómeno comercial (y que implica tanto lo social como lo cultural) en el que la gente adquiere una videocasetera y una videocámara o que simplemente es desmitificado el acceso a la fabricación de imágenes como un privilegio elitista. Nuestra insistencia se basa en que, en cierta medida, hay un nexo entre la observación de una imagen fija como lo es la fotografía y una serie de imágenes en movimiento como lo son el cine y la televisión. Ejemplo: la niña que da sus primeros pasos. La foto comunica la impresión que provocan los primeros tropiezos de un bebé y algunos sonidos característicos, estos últimos meramente evocados. El registro en videocinta incluye ambos estímulos, el visual y el sonoro (y la opción *pausa* suspende el sonido, lo que la asemeja con la fotografía).

De ese mismo modo opera la síntesis en la mente del espectador. La imagen de la niña haciendo sus pininos se convierte en un recuerdo y tal registro incluye unos cuantos sonidos y unas cuantas imágenes. El reproducir o trasladar de manera íntegra lo observable y *oíble* en el video hacia la mente del televidente es decir demasiado, sería un esfuerzo el traspasar el recuadro de la pantalla, los ángulos de inclinación, la iluminación, la textura, la profundidad de campo y demás detalles técnicos de manera exacta. Este proceso no es imposible ni increíble pero se reserva casi exclusivamente a los profesionales del medio y aún ellos reconocerían la dificultad que implica dicha acción. El registro de lo visto y oído es entonces, en la mente del espectador, una reconstrucción sintética, una arbitrariedad personal influida por los acuerdos culturales.

Posmodernidad a debate

La posmodernidad es la continuación de la modernidad pero con diferencias establecidas respecto a la segunda. No basta la noción de que

en el mundo hay ya sociedades postindustriales y que ello ha generado consecuencias en el arte, en la filosofía, en la vida común. La posmodernidad llegó a las sociedades que aún no llegan a una etapa de postindustrialización pero que de alguna manera la importan. Latinoamérica, por ejemplo, puede ensamblar computadoras aunque no genere tecnología y eso incluye su utilización. ¿Es la posmodernidad latinoamericana distinta a la del mundo postindustrial?¹⁶

Obsesión finisecular

El tiempo occidental o el inventado por el hombre occidental está por llegar al fin de un ciclo. Entre la discusión por saber si el tercer milenio inicia en el año 2000 o en el 2001, el discurso mediático colectivo oficial es claro al recalcar que hay un motivo de celebración. ¿Celebración de qué? Del paso de un tiempo a otro. La civilización occidental ha mitificado el tránsito del tiempo y lo asocia a cambios.

Esta es una gran oportunidad para el resurgimiento del optimismo. Un optimismo que seguramente dominará el discurso previo a ese momento: se enumerarán previsiblemente grandes penurias y catástrofes pero al final de cuentas el saldo será positivo porque el mundo sigue en pie. El cambio de cifras quiere simbolizar una transformación de las estructuras mentales. Como si el inicio numérico significara un borrón y cuenta nueva. Por una parte es cierto: el doble cero puede evidenciar una necesidad imperiosa por cancelar y por olvidar, o al menos clausurar, un pasado reciente y doloroso.

Globalización y posmodernidad se entrecruzan en la inauguración del siglo veintiuno. Quien lo viva a través de las pantallas ¿qué verá? Recuadros. Pantallas que se subdividen en pantallas. La visión del arribo del nuevo año en espectáculos callejeros desde distintas metrópolis y también desde paisajes exóticos, solitarios o insólitos. Globalidad y posmodernismo. Gente entusiasta en aquella fracción de minutos de fama predicha por Andy Warhol y gente ajena, indiferente a una euforia que

¹⁶ Ver W. Rowe y V. Schelling, *Memory and Modernity. Pop Culture in Latin America*, Londres y Nueva York, Verso, 1991, especialmente los capítulos dedicados a la telenovela y los medios alternativos (págs. 106-121) donde se analiza la diversidad de expresiones culturales que multiplican lo occidental con nuevas tecnologías.

tendrá más de promoción comercial que de espontaneidad. Pero aún estamos lejos de que sonreír frente a las cámaras sea anticuado.

Desesperación cultural

Hay un desajuste entre las realidades presentadas por la televisión y la cotidianidad personal. Resulta difícil hablar de coherencia y congruencia cuando cualquier representación técnica de la realidad (sea a través de la pintura, la fotografía, el cine o el video) implica una artificialidad innegable. Pero también, más allá de toda notoriedad técnica, está la sensación de que esa figura, ese "yo" que aparece en el cuadro es otro, un yo modificado.

No se trata de ingresar a la discusión sobre la otredad, con abundantes defensores y detractores. Es ese desajuste mencionado el que nos interesa. La incongruencia entre el mundo reflejado por las pantallas y el mundo propio trae consecuencias y una de ellas es la desesperación¹⁷. La desesperación cultural es una postura radical que descalifica los medios por su falseamiento optimista (o pesimista) de lo cotidiano.

Los medios están en el medio de un proceso comunicativo entre uno o varios emisores y uno o varios receptores. El que los medios propaguen tal o cual cosmovisión es inevitable y se supone que hay pluralidad de ofertas. El problema surge cuando al espectador exigente le parece ver la misma burla en cada evento, en cada nota, en cada entrevista o comercial televisados. La desesperación cultural debida a la globalización y manifiesta en la posmodernidad disminuye cuando es valorada o revalorada la cotidianidad personal, ese espacio real e íntimo insustituible que ningún medio puede volver artificial.

El dogma del justo medio

Cuando una pantalla irrumpe en una escena de cotidianidad ¿es modificada ésta? ¿o es distinta la soledad pensante de un individuo que tiene ante sí un monitor apagado, un monitor simplemente encendido, un

¹⁷ Ver ampliación de este concepto en M. Berman, *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*, México, Siglo XXI, 1995 (págs. 131-132 y 170-171).

monitor puesto en un canal o uno conectado a varios canales con minipantallas, o un conjunto de monitores? La respuesta está en el hombre, no en el medio. Las opciones multimedia ponen cada vez más a la disposición del usuario una exposición a múltiples estímulos informativos.

Entre situaciones ambiguas o extremas, el sentido común recomienda la búsqueda del justo medio. ¿Qué o cuál es el justo medio? Es una aproximación serena y proporcional respecto a un aspecto o tema. Pero en la relación del humano con los medios audiovisuales el problema al emitir juicios es la caracterización de sus polos (emisor y receptor). La imagen varía constantemente y puede ser que aún más variable sea la concentración, la atención y la información que navega dentro de la mente del espectador. Si se desea estudiar la comunicación, en este caso, objetos de análisis son tanto el espectador como el medio.

Si no se puede hallar el justo medio, inventémoslo. La aproximación dará resultados, porque no hay que tomar la idea del justo medio como un dogma inamovible e indiscutible. El opuesto a la desesperación cultural sería entonces un relajamiento cultural en el que no condenemos las incongruencias y las incoherencias entre los medios y los públicos por el sólo hecho de ser incongruentes e incoherentes. La serenidad cultural aportaría un punto de vista en el que precisamente por existir, las incongruencias y las incoherencias son dignas de estudio y facilitadores de conocimiento y de comprensión de fenómenos.

Videología

¿Hay una ideología del video la cual podría llamarse videoideología? ¿hay una rama del conocimiento que se dedique al estudio del video en su más amplia extensión y que probablemente se denominaría videología? No por el momento. El medio ha evolucionado de tal manera que la gente también ha evolucionado en su literalidad respecto a las imágenes. El lenguaje audiovisual, más por sobreexposición que por lado conciente, es ágilmente difundido en nuestra cultura social. Éste se ha incorporado a la vida cotidiana. El video casero ha llegado a la programación televisiva y por otra parte las empresas cada vez se aproximan a un proceso de “democratización” tal de la tecnología del

video que así como en un momento la televisión llegó a todos los hogares, es probable que en otro cada hogar se convierta en un laboratorio audiovisual (fenómeno que ya se da pero no a un nivel global).

*El ojo global*¹⁸

La diferencia del dios omnipresente con la televisión radica en que dios era transparente e intangible: se podía imaginar dentro de una flor o en un trueno, en desgracias, etcétera. La televisión está ahí, en el centro de la sala o en algún rincón. Encendida, es un ojo de contorno cuadrilátero que presenta constantemente diversas atmósferas, es una empecinada máquina de la comunicación. Intenta, siempre intenta impactar a un hipotético ideal receptor.

Cada emisión es una cosmovisión, por indescifrable que parezca. El público cae en el juego pues sorprende que algo tan pasivo dé la impresión de tanto dinamismo: en la tele, aunque no pase nada, pasan muchísimas cosas. O viceversa: allí sucede todo y la verdad es que no sucede nada. En dado caso, es un dios que se desvive en estímulos dirigidos hacia sus fieles e infieles. Darle el voto de confianza, aunque sea por un breve instante, significa entrar a un juego en el que la fe es depositada en un recorrido que va desde nuestra mente hasta la pantalla.

Dando por hecho que la televisión es la herramienta por la cual el mundo se da a conocer en variadas formas, notemos que esa manifestación puede darse de manera torpe. La incomunicación hace su aparición: se nos entera, sí, pero parcial, irregular, tendenciosamente (¿es ello inevitable?). Un motivo de desesperación cultural frente a la televisión es que, por lo unilateral del proceso, ésta da por hecho la satisfacción del receptor. Aquí nos queremos referir a una reacción que vaya más allá de los telefonemas, cartas a la redacción, protestas, simples cambios de canal o definitivo apagamiento del aparato.

¹⁸ Véase M. Featherstone, *Global Culture*, Londres, Sage, 1990. Especialmente la introducción (págs. 1-14). Se analiza la época actual como post-industrial y la filosofía moral donde al hombre autónomo se opone el *Homo sociologicus industrialis* y la sociedad de la información, donde el progreso = deseo + racionalidad instrumental + tecnología.

Mediocracia o miedocracia

Dos presencias artificiales cada vez se están haciendo más comunes en la vida occidental, en la vida global: la pantalla del televisor y la de la computadora. Pero ¿qué tanto convive el individuo con ellas? ¿cómo se ha ido dando esta convivencia? Ambas han demostrado su conveniencia. Facilitan las cosas al mismo tiempo que las complican.

Hay un nexo curioso entre computadora y televisión. Son mutuos rivales y aliados. En algunos aspectos, como la comercialización y la publicidad, tienden a parecerse cada vez más. Pero la programación de eventos previamente elaborados a nivel industrial, como son las películas, tienen prioridad en la televisión (¿o llegará el momento en que la pantalla de la computadora *lea* todo? es muy probable). Nuestra capacidad de asombro es sometida constantemente a nuevos desafíos y paradójicamente, los antiguos desafíos permanecen vigentes, incólumes (¿quién soy y para qué estoy aquí?).

El sistema que actualmente parece regir al mundo es la mediocracia y tiene sus raíces puestas en la democracia (entendiéndola no como el modelo perfecto de gobierno, sino como la mejor aproximación): no es que los medios gobiernen, pero casi. Los grupos multimedia tienen cada vez mayor ingerencia en la economía de su país y a nivel transnacional. Hasta ese punto la perspectiva de una información puede estar moldeada: sutilmente, una democracia cada vez más adjetivada es proyectada a través de los medios de comunicación, al grado de simular debates cuando lo que hay es una competencia entre patrocinadores e intereses comerciales. Comparado con el gobierno del miedo, preferible el gobierno de los medios (¿alguna otra opción?): los públicos no pueden abstenerse y habrán de reaccionar (¿cuándo y cómo?). Aunque es difícil imaginar a públicos anárquicos, tampoco es fácil suponer que un medio posea la verdad absoluta respecto al comportamiento de sus públicos.

La imagen visual crítica y seriable

Es probable que ya hallamos llegado a las dictaduras visuales y nadie nos lo haya informado. El imperio de la cultura visual impone sus patrones y la gente supone que al *elegir* está haciendo uso de su libertad, cuando en realidad, otro punto de vista señalaría que se está ejerciendo una libertad limitada y condicionada. Algo opuesto al concepto de la libertad.

Parece ser que los efectos de las imágenes son distintos, incluso contrarios, a los expuestos superficialmente. Las películas de violencia pueden provocar no la imitación de la violencia sino la sublimación y por lo tanto la disminución de las tendencias violentas de los públicos. Mucho se puede deducir al respecto. Las películas eróticas y pornográficas pueden revelarse como convenientes escapes a la represión sexual, así como los melodramas pueden ser fantasías de un orden en el cual convivan lo espiritual y lo urbano, más un amplio etcétera que muestra un lado *oculto* de lo visible.

Si el justo medio implica un sentido común, es necesario revisar las conceptualizaciones que se tienen de lo común y del universo visual. El analfabetismo visual no está aún determinado en nuestras sociedades. Si en algún momento las imágenes eran convenientes porque no se necesitaba estar alfabetizado para comprenderlas, hemos llegado a un momento del desarrollo de la cultura visual en el que se hace urgente que los espectadores sean capaces de *discernir* lo que ven. La crítica, término hoy en aparente desuso, es indispensable para que imagen e inteligencia sean valores humanitarios. Crítica como resistencia.

Autodestrucción del paraíso

La batalla dialéctica que se libra en la comunicación toca a las palabras y a las imágenes. El poder de la iconoclastia ha sido poco atendido. Es fácil escuchar o decir que cierta imagen se derrumbó y que ahora la suple otra. Pero ¿qué hay, qué es lo que se da y se pierde en un proceso en el cual una imagen suple a otra? No lo sabemos y tiene relación con la Historia. El cambio de cosmogonía que se dio entre el Medioevo y el Renacimiento, entre el mundo premoderno y el moderno, entre los mundos modernos y posmodernos ¿cuál fue y cuál ha sido?

Tanta fe depositada

Demasiadas esperanzas han sido puestas en los medios. Las posibilidades de uso del fuego y de la pólvora son tan diversos como las mentes que determinan esos usos. Si alguien creyó que los medios serían utilizados para hacer *mejores* a las personas, y al mismo tiempo pensó que quienes tenían el poder de decisión sobre el desenvolvimiento de los medios (llámense gobiernos o empresarios) harían *todo* lo posible en sus alcances para lograr dicha mejoría, ese alguien, a estas alturas, es probable que ya haya despertado de su marasmo.

La única gran ventaja hasta el momento es que hay opciones y competencia. Las reglamentaciones varían pero las especificidades culturales continúan vigentes. Esto es, la globalización ha acentuado en algunos aspectos, los localismos, las diferencias, cuando no los fundamentalismos.

Las imágenes de archivo, las crestomatías que nos hablan inequívocamente de otras cosmovisiones y de otras perspectivas universales, están ahí a la espera de ser difundidas, conservadas, respetadas. Algunas se han perdido o están siendo amenazadas. Por abierta, pluralista, cosmopolita o multicultural que se considere una cultura, siempre habrá otras culturas. La democracia visual es un punto lejano pero no imposible, aquel en el que la gente pueda enterarse de visiones que no vayan filtradas por intereses monopolizadores.¹⁹

Tanta por depositar

En el cine de autoría independiente está un recurso por preservar las visiones personales e ilimitadas, todo lo contrario a las visiones corporativas y limitadas.

El aprendizaje de la literalidad visual está en ciernes. Mucho se ha avanzado empíricamente porque hoy es fácil para un niño comprender lo que pasa en la pantalla o al menos, a enfrentarlo sin miedo. La

¹⁹ Incluso en la televisión cultural tenemos que preguntarnos, con la experiencia mexicana de los canales 11 y 22, si es que hay televisión de primer mundo, cuál es ésta y cuál no lo es.

erradicación del fanatismo por las imágenes tiene que darse por vía consciente.

El tiempo transcurre y las imágenes que agolpan nuestras pantallas también agolpan nuestras mentes. Tenemos que hacerlas objeto de estudio para sintetizarlas, analizarlas, criticarlas y crear nuevas.

Finalmente, la síntesis

La comunicación, a manera de batalla, es un encuentro en constante exposición y contacto con variables que incluyen a la incomunicación como uno de sus principales componentes. La incomunicación puede darse tanto en un proceso interpersonal como en otro social, en distintos grados. Pero la incomunicación aquí revisada no es la ausencia total de comunicación, sino una imperfección común. La incomunicación, entonces, se da en la comunicación misma de manera implícita, intrínseca, afectándola. Si la comunicación estaba mitificada como un proceso perfecto, la incomunicación redimensiona lo humano de este proceso y ello da por resultado una comunicación en minúsculas: no perfecta sino perfectible.

Cándido de Voltaire es una novela en la que se conjugan filosofía, comicidad y seriedad a la vez. Cándido es el perfecto modelo de hombre occidental propuesto por la Ilustración, eterno optimista que quiere ver al mundo desde una sola perspectiva, cuando la realidad salta a la vista, devastando sus creencias prometedoras de orden y armonía. Llegado el desencanto, Cándido encuentra en el trabajo la única vía redentora que no implique pesimismo ni escepticismo. Es el optimismo en acción, el trabajo que rinde frutos, el verdadero camino hacia la obtención del paraíso en la tierra. Toda actividad creadora es entonces un jardín por cultivar.

Jarmusch, en su película *Más extraño que el paraíso*, efectúa una revisión y un muestrario de los paraísos recientes más publicitados: la vida al estilo norteamericano que incluye consumismo, televisión y turismo no sólo como vías de escape sino como ofertas de *felicidad*. Son dos jóvenes

extranjeros los impávidos paseantes de este país de las maravillas y el saldo es la perplejidad. Todo resulta ajeno, extraño, raro. Del paraíso no queda nada: no hay opción hacia el trabajo ni hacia el romance. Sólo el azar arroja un indicio de que el mundo es un globo que gira a pesar de nuestras individualidades: un cambio de suerte y la toma de decisiones tan personales como impulsivas, equívocas, tragicómicas. El *nuevo* optimismo (por parte del espectador) tiene que ser creado personalmente porque el predigerido significaría traición, derrota, pesimismo. Nada como el optimismo para salir de la perplejidad.

De cada historia, de cada película, el espectador elabora una síntesis equivalente a un sueño, a un videoclip. La memoria es un archivo de imágenes y es la mente del espectador quien decide cuál imagen guardar. En la dialéctica de la comunicación, las imágenes conservadas son susceptibles de análisis que descubren y redescubren aspectos sospechados a veces, insospechados otras. Una imagen vale más de mil palabras y las palabras son invaluableles.

Necesitamos más y nuevas palabras, no para *domesticar* la imagen, sino para aprovechar nuestras imágenes y traducirlas en autoconocimiento personal, comentario social, reflexión filosófica cotidiana y combate tanto individual como colectivo contra la indiferencia y el olvido que frecuentemente se dan ante las imágenes. Traducir el analfabetismo icónico en inteligencia semiótica.

ANEXOS

I. CÁNDIDO

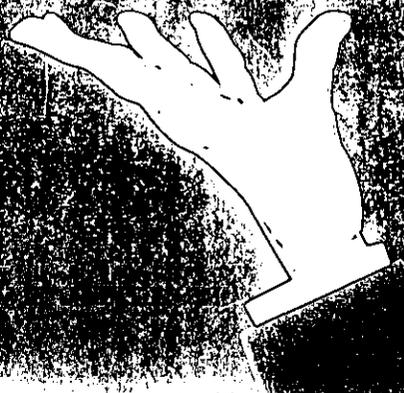
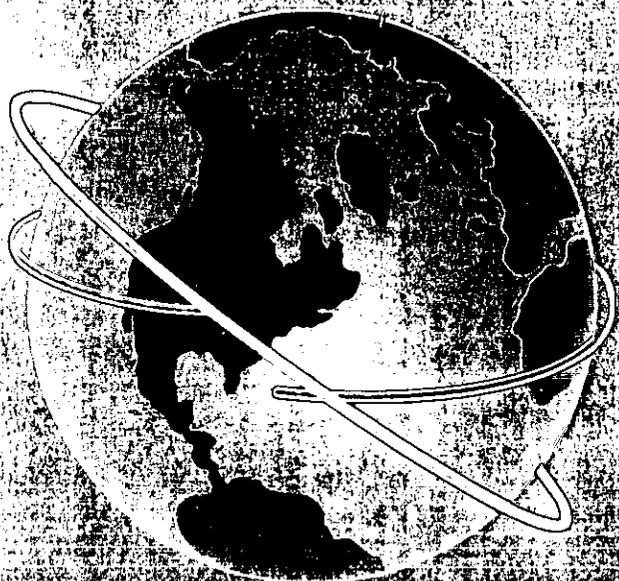
1. Imagen de la carátula del video
2. Bibliografía en francés e inglés sobre *Cándido* y Voltaire
3. Ficha técnica del video de la ópera
4. Capitulado de la novela (edición SEP)
5. Ópera (estructura)
6. Intervenciones del compositor Leonard Bernstein
7. Cronografía sobre Voltaire y génesis de *Cándido*
8. Algunas opiniones sobre *Cándido* de Voltaire
9. Sitios en la red Internet sobre *Cándido* / Voltaire / Bernstein

II. JARMUSCH

1. Fotograma del cartel
2. Ficha técnica
3. Biografía de Jarmusch
4. Algunas opiniones de Jim Jarmusch
5. Filmografía de Jarmusch
6. Algunas opiniones sobre *Más extraño que el paraíso*
7. Bibliografía de Jarmusch
8. Sitios en la red Internet sobre *Más extraño que el paraíso* y Jim Jarmusch

CANDIDE

LEONARD BERNSTEIN



THEATER OF THE AMERICAS PLAY

2. BIBLIOGRAFÍA EN FRANCÉS E INGLÉS SOBRE *CÁNDIDO* Y VOLTAIRE

BELLESSERT, A. *Essai sur Voltaire*, Perrin, 1926.

BESTERMANN, T. *Voltaire*, 1969.

CASTEX, P.G. *Etude des roman de Voltaire*, C.D.U., 1960.

DESNOIRESTERRES, G. *Voltaire et la société au XVIIIe siècle*, 4 vol., Ginebra, 1961.

BROOKS, R. *Voltaire and Leibniz*, Droz, Ginebra, 1964.

MASON, H.T. *Pierre Bayle and Voltaire*, 1963.

LANSON, G. *Voltaire*, Hachette, 1905.

MAUROIS, A. *Voltaire*, Gallimard, 1945.

NAVES, R. *Voltaire, l'homme et l'œuvre*, Hatier, 1942.

ORIEUX, J. *Voltaire ou la royauté de l'esprit*, Flammarion, 1966.

POMEAU, R. *Voltaire par lui-même*, Seuil, 1955.

TORREY, N.L. *The Spirit of Voltaire*, Oxford University Press, 1953.

Candide, édition critique con introducción y notas de A. Morize, Droz, 1931.

Candide, édition critique et commentée de R. Pomeau, Nizet, 1959.

WADE, Ira O. *Voltaire and Candide. A Study in the Fusion of History, Art and Philosophy*, Princeton, 1959.

CHOPITRAYANU, Georges. *Essai sur Candide*, Nizet, 1957

BOTTIGLIA, I.V. *Candide, Analysis of a Classic*, 1964.

3. FICHA TÉCNICA DEL VIDEO DE ÓPERA

Título original: *Candide*

Basado en la novela de **Voltaire**

Ópera compuesta por **Leonard Bernstein**

Música por Leonard Bernstein

Letras compuestas por Leonard Bernstein, Lillian Hellman, John La Touche, Dorothy Parker, Stephen Sondheim y Richard Wilbur

Narrativa escrita por Leonard Bernstein y John Wells

Orquestación por Leonard Bernstein y Hershy Kay

Orquestaciones adicionales por John Mauceri

Dirigida para video por **Humphrey Burton**

Videograbada en el Centro Barbican, Londres, 13 de diciembre de 1989

Duración: 147 minutos

Formato: VHS, a color

Distribuido por Deutsche Grammophon Video, 1991

Reparto:

Cándido

Cunegunda

Doctor Pangloss / Martín

Maximilian / Capitán

La Vieja

Paquette

Gobernador / Vanderdendur / Ragotski

Inquisidor / Zar Iván

Inquisidor / Príncipe Carlos Eduardo

Inquisidor / Rey Stanislaus

Inquisidor / Rey Hermann Augustus

Inquisidor / Sultán Achmet

Jerry Hadley

June Anderson

Adolph Green

Kurt Ollman

Christa Ludwig

Della Jones

Nicolai Gedda

Clive Bayley

Neil Jenkins

Lindsay Benson

Richard Suart

John Treleaven

Orquesta Sinfonía de Londres

Director: Alexander Barantschik

Conducida por Leonard Bernstein

Conductor asistente: Justin Brown

Coro Sinfonía de Londres

Maestro del Coro: Simon July

Productor ejecutivo: Harry J. Kraut

Jefe de unidad: Roger Berry

Maquillista: Amelia Baver

Jefe de piso: Julia Whiteoak

Productores asociados: Cathy Nelson, Illmar Leetberg, Garnett Bruce
Jefe de producción: Clave Dibble
Camarógrafos: Keith Gibson, Geoff Adams, Richard Dellow, Graham Gouldston, John Johnson, Brian Parker
Supervisión de vistas: Richard Mills
Asistente del Sr. Bernstein: Craig Urquhart
Músico asociado: Charlie Harmon
Guionista asociado: Robert Arbuckle
Asistente de producción: Judy Chesterman
Mezcladora: Sonia Lovett
Iluminación: Alan Woolford
Director de audio: John Evans
Ingenieros de sonido: Gregor Zielinsky, Jobst Eberhardt, Wolf-Dieter Karwatky, Dick Lewzey, Steve Price, Rob Biggs
Editores de videotape: Steve Eveleigh, Nigel Cattle, Jason Farrow

4. CAPITULADO DE LA NOVELA (EDICIÓN SEP)

CÁNDIDO O EL OPTIMISMO

Capítulo primero. De cómo Cándido fue educado en un hermoso castillo y cómo fue arrojado de él.

Capítulo segundo. Lo que aconteció a Cándido entre los búlgaros.

Capítulo tercero. Cómo Cándido se escapó de los búlgaros y lo que fue de él.

Capítulo cuarto. Cómo Cándido se encontró con su antiguo maestro de filosofía, el doctor Pangloss, y lo que de ello resultó.

Capítulo quinto. Tempestad, naufragio, temblor de tierra, y lo que fue del doctor Pangloss, Cándido y el anabaptista Jacobo.

Capítulo sexto. De cómo se efectuó un hermoso auto de fe para impedir los terremotos, y cómo Cándido fue azotado.

Capítulo séptimo. De cómo una anciana tomó a su cuidado a Cándido y éste volvió a encontrar a la que amaba.

Capítulo octavo. Historia de Cunegunda.

Capítulo noveno. De lo que sucedió a Cunegunda, a Cándido, al gran inquisidor y al judío.

Capítulo décimo. Del miserable estado en que Cándido, Cunegunda y la anciana llegaron a Cádiz, y de cómo fue su embarco.

Capítulo undécimo. Historia de la vieja.

Capítulo duodécimo. Siguen las desgracias a la vieja.

Capítulo decimotercero. De cómo Cándido se vio obligado a separarse de la bella Cunegunda y de la vieja.

Capítulo decimocuarto. De cómo Cándido y Cacambo fueron recibidos por los jesuitas del Paraguay.

Capítulo decimoquinto. De cómo Cándido mató al hermano de su amada Cunegunda.

Capítulo decimosexto. Lo que sucedió a los viajeros con dos muchachas, dos monos y los salvajes llamados orejones.

Capítulo decimoséptimo. Llegada de Cándido y su criado al país de Eldorado, y lo que en él vieron.

Capítulo decimoctavo. Lo que vieron en el país de Eldorado.

Capítulo decimonoveno. Lo que les aconteció en Surinam, y cómo fue que Cándido conoció a Martín.

Capítulo vigésimo. Lo que sucedió en el mar a Cándido y Martín

Capítulo vigesimoprimer. Cándido y Martín se acercan a las costas de Francia y razonan.

Capítulo vigesimosegundo. De lo que les ocurrió en Francia a Cándido y a Martín.

Capítulo vigesimotercero. Cándido y Martín navegan hacia las costas de Inglaterra; y lo que en ellas ven.

Capítulo vigesimocuarto. Acerca de Paquette y el hermano Alhelí.

Capítulo vigesimoquinto. Visita al señor Pococuidado, noble veneciano.

Capítulo vigesimosexto. De una cena que Cándido y Martín tuvieron con seis extranjeros, y quiénes eran estos.

Capítulo vigesimoséptimo. Viaje de Cándido a Constantinopla.

Capítulo vigesimooctavo. Sobre lo que aconteció a Cándido, a Cunegunda, a Pangloss, a Martín, etcétera.

Capítulo vigesimonoveno. Cómo Cándido encontró a Cunegunda y a la vieja

Capítulo trigésimo. Conclusión.

5. ÓPERA (ESTRUCTURA)

C Á N D I D O

ACTO PRIMERO

1. Overtura
- 1A. Coral Westfalia (*Coro*)
2. La Vida es Felicidad
3. El Mejor de Todos los Mundos Posibles
- 3A. El Bien Universal
4. Oh, Felices Nosotros
5. Debe Ser Así (Meditación de Cándido)
6. Westfalia (*coro*)
- 6A. Música de Batalla (*instrumental*)
7. Lamento de Cándido
8. Querido Muchacho
9. Auto de fe (Qué día)
10. Cándido inicia su Viaje (*instrumental*)
- 10A. Debo Ser Yo
11. Vals París (*instrumental*)
12. Brillar y Estar Alegre
13. Tú Estabas Muerta, Sabes
14. Aprendo Rápido (Tango de la Anciana)
15. Cuarteto Final

ACTO SEGUNDO

16. El Bien Universal (*coro*)
17. Mi Amor (Serenata del Gobernador)
18. Somos Mujeres (Polka)
19. La Procesión de Peregrinos / Aleluya
20. Silencio
21. Introducción a Eldorado (*instrumental*)
22. Balada de Eldorado
23. Palabras, palabras, palabras (Canción Sonriente de Martín)
24. *Bon Voyage* (Buen Viaje)
25. Barcarola de los Reyes
26. Dinero, dinero, dinero (Escena de juego en Venecia)
27. Para qué Sirve
28. Gavota Venecia
29. Nada Más que Esto
30. El Bien Universal (La Vida no es Buena ni Mala) (*coro*)
31. Hagamos Crecer Nuestro Jardín (Final)

6. INTERVENCIONES DEL COMPOSITOR LEONARD BERNSTEIN (EL SUBRAYADO ES NUESTRO)

Inicial:

Sorpresa. Queridos amigos, los escucho decir: Aquí viene el Viejo Profesor a dar una conferencia de nuevo. Pero prometo ser breve y sólo a manera de introducción. La razón por la que siento que debería decir unas cuantas palabras, si ustedes perdonan mi voz gruñona: yo también tengo la enfermedad inglesa, como muchos de ustedes, **la gripe real**. La razón por la que siento que debería decir algo es que por más de 30 años, 35 para ser exactos, la gente me ha preguntado: «¿Por qué *Cándido*? ¿Cuándo y dónde *Cándido*?

Y pienso que debería responder un poco más claramente, hablando no sólo como el compositor de esta obra, sino como un observador cotidiano de la historia, como cualquiera aquí, pero particularmente de ese periodo de historia conocida como la Ilustración, aproximadamente por el siglo dieciocho. Y ese fue el siglo en el cual Voltaire vivió, escribió y tuvo una influencia extraordinaria.

Su obra maestra fue una difícil, delgada novelita llamada *Cándido*, la cual inspiró a la dramaturga Lillian Hellman y a mí a tener una versión musical de ella. El libro de Voltaire de hecho se intitula *Cándido o el optimismo*, siendo un ataque satírico a un sistema filosófico prevalente conocido como Optimismo, basado en los escritos indigeribles de un tal Gotfredo Guillermo von Leibniz y popularizados por nuestro bienamado Alejandro Pope, por ejemplo en esta gran línea de su *Ensayo sobre el Hombre*: «Una cosa es clara: lo que es, está bien.»

Ahora, acorde con Leibniz, cuyas ideas Pope hizo líricas, si nosotros creemos en un Creador, entonces él debe ser un buen Creador, y el más grande de todos los posibles creadores sólo pudo haber creado El Mejor de Todos los Mundos Posibles. En otras palabras: «Todo lo que es, está bien.» Damos por sentado que en este mundo los inocentes son asesinados sin motivo y que la mayoría de los crímenes no son castigados y que hay enfermedad, muerte y pobreza. Pero si vemos el cuadro entero, el plan universal y divino, entonces comprendemos que todo lo que sucede es para bien. Así hablaba Leibniz.

Naturalmente Voltaire encontró absurda esta idea cada día de su vida, pero particularmente aquel día de 1755 cuando toda Lisboa, Portugal, sufrió un terremoto e incontables personas murieron ahogadas, quemadas, aplastadas. Si Leibniz estaba en lo correcto, dijo Voltaire, entonces Dios sólo jugueteaba con su bomba para matar mosquitos, al azar, aleatoriamente. Bien, el desastre de Lisboa fue el colmo para Voltaire y lo provocó para escribir *Cándido*, en donde arremete contra toda autoridad establecida, real, militar o mercantil, sobre todo a la Iglesia, la cual quemaba herejes en la época para *prevenir terremotos*.

En otras palabras, dice Voltaire, la religión sectaria es siempre una incitación al conflicto y el Optimismo es una creencia estricta que por lo tanto crea complacencia, induce al letargo e inhibe la fuerza humana para cambiar, progresar, levantarse contra la injusticia, crear cualquier cosa que contribuya a mejorar el mundo genuinamente.

Durante mis investigaciones increíblemente extensas para esta conferencia que ustedes están sufriendo ahora, llegué al siguiente quizá sucinto resumen de todo el *Voltaireismo*: «Voltaire actuaba como un Ecléctico, había sintetizado las ideas de los Estoicos, los Epicúreos, los Escépticos...» Oh, al diablo con ello! Toquemos la Overtura.

* * *

(Previo al Tango de la Anciana, Pangloss comenta: «Los críticos no han hallado ninguna referencia a Rovno Gubernya en todo el texto de Voltaire.»)

O.K. Confieso. Lo inventé. Es *mi* letra y mi padre nació en Rovno Gubernya, algún lugar de Ucrania, región al sur de Rusia. Para ser totalmente honesto, no podía hallar una rima en inglés o en español para Rovno Gubernya. Una noche le comenté el problema a mi esposa, Felicia, quien llevaba horas sin dormir, pues la desperté. Ella era de nacionalidad chilena y por lo tanto una hispanoablante. Sugirió: «Rovno Gubernya... bueno» «me muero, me sale una hernia». La frase resultó ser un modismo local de Chile, el cual prevalece también en Colombia, México y otros lugares... Cádiz. De cualquier modo, fue una rima brillante. De hecho, todas las líneas en español de esta canción son de Felicia. Dios la bendiga.

* * *

Al iniciar el segundo acto:

«Lo correcto y lo bueno... Todo lo que es, es correcto y bueno.» Perdonenme por ser de nuevo el Viejo Profesor, pero cómo puede alguien creer que «todo es correcto y bueno» cuando por todos lados hay indicios del mal? Dejando de lado los desastres naturales y accidentes horribles, parece haber demasiado mal deliberado por parte de nosotros los seres humanos para cada cual como para creer que este puede ser el mejor de todos los mundos posibles.

El mal particular que impelió a Lillian Hellman a escoger *Cándido* y presentármelo como base para una puesta musical en escena fue el tristemente recordado **McCartismo**, un «ismo» tan del tipo de la Inquisición Española, que justo revisitamos en el primer acto, como para cuajar la sangre.

Este fue un periodo en los primeros años de la década de los cincuenta de nuestro propio siglo, exactamente 200 años después del caso Lisboa, cuando todo en los Estados Unidos de América tenía que ser puesto bajo la revisión del senador de Wisconsin, Joseph McCarthy y sus inquisitoriales compinches. Era el tiempo de las listas negras de Hollywood (por supuesto, ustedes son muy jóvenes para recordarlas, pero sí las hubo): censura en televisión, pérdida de empleos, suicidios, expatriaciones y negaciones de pasaporte a cualquier *sospechoso* de haber sido alguna vez *sospechoso* de ser comunista. Puedo atestiguarlo. **A mí se me negó un pasaporte por mi propio gobierno. De la misma manera, así a Voltaire se lo negó el suyo.** Su respuesta fue satírica, ridícula y risible para provocar en su lector el

autorreconocimiento y, desde luego, la autojustificación: ¿quién, yo? ¡Yo no! **Lo cual produce discusión, hace debate, y el debate es, después de todo, la piedra de toque de la democracia.**

Lillian y yo fuimos naturalmente magnetizados por el ingenio mordaz y la sabiduría de Voltaire. Rápidamente unimos nuestro trabajo con un lirista prodigio llamado John La Touche, quien escribió la segunda de las dos canciones de la sífilis que escucharon en el Acto Primero. La otra canción de la sífilis que escucharon, igualmente inspirada, si acaso más literaria, fue escrita por nuestro segundo gran letrista, Richard Wilbur, quien fue recientemente Poeta Laureado en los Estados Unidos. Estas son sólo dos de quizá docenas de personas quienes han contribuido de una manera u otra en la altamente consignada carrera de esta obra, por mencionar a unos cuantos: Hal Prince, Stephan Sondheim, Maestro John Mauceri, Dr. Jonathan Miller... Pero ya basta de mí!»

7. CRONOGRAFÍA SOBRE VOLTAIRE

21 de noviembre de 1694: Nacimiento de François-Marie Arouet (Voltaire) en París, de François Arouet, Consejero del Rey y de Marie-Catherine Daumart.

1701. Muerte de Madame Arouet.

1704. Estudios en el Colegio jesuita Lous-le-Grand, en París.

1711. Estudiante de Derecho.

1715. *Discípulo del Templo* (frecuentación de los *libertinos*) y muerte de Louis XIV.

1717. Primera estadía en la Bastilla.

1719. François-Marie Arouet toma el nombre de Voltaire.

1725. Louis XV se casa con Marie Leczinska.

1726. Segunda estadía en la Bastilla y exilio a Londres. Funerales de Newton en Londres.

1728. *La Henriada* (dedicado a la Reina de Inglaterra).

1732. *Zaire*.

1734. *Cartas a los Ingleses* o *Cartas filosóficas*. Redactada en La Ermita de Cirey (Lorraine).

1738. *Elementos de la Filosofía de Newton*.

1744. Hasta ese año reside en casa de Madame du Châtelet.

1745. *Historiografía del Rey de Francia*.

1746. Es elegido miembro de la Academia Francesa.

1748. *Zadig*.

1749. Muerte de Madame du Châtelet.

1750. Acompañante de Federico II, Rey de Prusia.

1751. *El siglo de Luis XIV*.

1752. *Micromegas*.

1756. *Ensayo sobre las costumbres.*

1759. *Cándido.*

1760. Voltaire se retira a su finca en Ferney.

1762. Condenación del Parlamento al *Emilio* de J. J. Rousseau.

1763. *Tratado sobre la tolerancia.*

1764. *Diccionario filosófico.*

1775. Publicación de sus *Obras completas.*

1778, 10 de febrero. Retorno triunfal a París.

1778, 30 de mayo. Con más de 20 mil cartas escritas... Voltaire muere en París, en la calle Beaune.

GÉNESIS DE *CÁNDIDO*:

~ Hechos históricos y biográficos * Hechos literarios

1736 ~ Lectura de las obras de Wolff, discípulo de Leibniz

1739 ~ Lectura de las obras de Koenig, filósofo leibniziano

* *Los viajes del barón de Gangan*

1744 ~ Ataques contra el leibniziano Martin Kahle

* *Breve respuesta a los largos discursos de un doctor alemán*

1748 * *Zadig. Babouc.*

1753 ~ El 26 de marzo, Voltaire deja Berlín

* *Escarmentado*

1755 ~ Voltaire se instala en Las Delicias, finca cercana a Ginebra y se entera del terremoto de Lisboa (el 24 de noviembre).

* *Poema sobre el desastre de Lisboa* (diciembre)

1756 ~ Inicia la guerra de los siete años

* Carta de J. J. Rousseau a Voltaire por rechazar su poema (18 de agosto) y Respuesta de Voltaire (12 de septiembre). Publicación de *Escarmentado*

1756-1757 * Correspondencia sobre la guerra con la duquesa de Saxe Gotha. ~ Ejecución del almirante Bying (14 de marzo) y derrota francesa en Rossbach (5 de noviembre)

1758 ~ Toma de Breslau por Federico II (3 de enero) y la Condesa de Bentinck llega de Venecia y se hospeda en Las Delicias. Voltaire adquiere Ferney (14 de octubre) y Tournay (11 de diciembre).

* Capítulos sobre América en *Ensayo sobre las costumbres* y probable redacción de los primeros capítulos de *Cándido*. Representación de *Fanime* en Lausana. La primer copia de *Cándido* es elaborada por el secretario Wagnière y se redacta un ejemplar destinado al duque de la Vallière. Las últimas correcciones ocurren en noviembre y en diciembre se imprime en la casa Cramer en Ginebra.

1759 * *Cándido* se vende en París y en Amsterdam el 15 de enero.
El 25 de febrero se suprime la edición parisina.

1761 * *Cándido* se reedita en Ginebra con adiciones al capítulo vigesimosegundo.

1771 * A principios de año, sale la última edición de *Cándido* revisada por Voltaire.

8. ALGUNAS OPINIONES SOBRE *CÁNDIDO* DE VOLTAIRE

SIGLO XVIII

Omer Joly de Fleury, fiscal:

« Se ha difundido desde hace algunos días en el público un folletín intitulado *Cándido o el optimismo...* Este folleto al que no he podido más que hojear unos cuantos capítulos, me parece que contiene trazos y alegorías contrarias tanto a la religión como a las buenas costumbres y sé que en el mundo nos rebelaremos contra las indecencias y cosas impías que encierra.»

24 de febrero de 1759

Grimm:

« Ni orden, ni plan, ni pinceladas felices que encontramos en novelas inglesas del mismo género. En cambio, muchas cosas de mal gusto, otras de mal tono, atrevimientos e indecencias que no tienen velo que las haga soportables.»

1 de marzo de 1759

Voltaire a Robert Tronchin:

« El abad Pernetti sostiene siempre que yo he hecho viajar al filósofo Pangloss y a Cándido pero como encuentro esta obra muy contraria a las decisiones de la Sorbona y sus sinodales, sostengo que yo no he ido a ninguna parte.»

12 de marzo de 1759

Voltaire a M. Vernes:

«He leído por fin *Cándido*. Hay que haber perdido el juicio para atribuírmela... »

15 de marzo de 1759

Voltaire a M. de Thibouville:

« He leído al fin, mi querido Marqués, ese *Cándido* del que me has hablado; mientras más me hace reír, más me enoja que me lo atribuyan. Además, por novelas que se hagan, es difícil para la imaginación aproximarse a lo que pasa realmente sobre este triste y ridículo globo...»

15 de marzo de 1759

J. J. Rousseau:

« Impresionado al ver a este pobre hombre, agobiado, por así decirlo, de prosperidad y de gloria, declamar a cada rato contra las miserias de la vida y encontrar siempre que todo está

mal, me formé el insensato proyecto de encerrarlo en sí mismo y probarle que todo está bien... Después Voltaire ha publicado esa respuesta que me había prometido, pero que no me ha enviado. No es otra que la novela *Cándido*, de la que no puedo hablar pues no la he leído.»

Madame de Staël:

« Para combatir a Leibniz él ha compuesto *Cándido*. Tiene un humor singular contra las causas finales, el optimismo, el libre albedrío, en fin, contra todas esas opiniones filosóficas que elevan la dignidad del hombre. Esta obra es de una alegría infernal, pues parece escrita por un ser de otra naturaleza que la nuestra, indiferente a nuestra suerte, contento de nuestros sufrimientos, sonriente como un demonio o un mono de las miserias de esta especie humana con la que él no tiene nada en común.»

SIGLO XIX:

Flaubert:

«El final de *Cándido* es para mí la prueba manifiesta de un genio de primer orden. La garra de león está marcada en esa conclusión tranquila, bestial como la vida.»

SIGLO XX:

Lanson:

« *Cándido* no es desolador ni desolado, ni puramente negativo y crítico: es la parábola esencial de la filosofía volteriana que tiende toda al aumento del bienestar. No hay capítulo, no hay episodio ni silueta que no descubra la ilusión o la mentira del optimismo y a medida que el desenlace se aproxima, la utilidad de la acción social.»

André Morize:

« ¿Obra desolada y deprimente? No, la verdad. Obra de clarividencia y pesimismo sin desesperanza.»

André Gide:

« No alcanzo a situar *Cándido* por encima de todos los otros cuentos. Incluso dudo si su insigne renombre no se debe a los menudos atrevimientos que en él se hayan. La sátira me parece corta y la risa de Voltaire me parece más una mueca de burla... Mostrar que el hombre es infinitamente infeliz sobre esta tierra, señala que no hay necesidad de tanto espíritu para ella. La religión también nos lo enseña. Voltaire lo sabe bien y por momentos eso lo molesta.»

René Pomeau:

« *Cándido* clausura un periodo depresivo en la vida de Voltaire. El señor de Ferney no encuentra ya que este «valle de lágrimas» sea tan triste: «Me quejo siempre, según la costumbre, pero en el fondo me siento bien».

André Delattre:

« (Madame de Staël está equivocada) porque le reprocha una falta de entrañas, pues en *Cándido* se burla de los sufrimientos de la humanidad... Hay en Voltaire la necesidad de burlarse cuando habla de cosas serias... y no es necesariamente por dimisión: bastante es más bien por miedo al énfasis o por una mezcla de pudor y de humor.»

Paul Hazard:

« ¿Es posible cultivar su jardín sin ser molestado por los vecinos, acariciado o atormentado por los vientos, batido por la lluvia? ¿Sin ver más allá de las cercas, sin contemplar el horizonte, sin levantar la cabeza hacia los astros? (Cultivar su jardín) no es más que un mal menor, la declaración de una derrota, una manera de retorcerse, para tomar a menos importancia al mal tirunfante: aceptación de un mundo incomprensible que la razón suficiente no alcanza a explicar.»

Pierre Castex:

« Voltaire quiere dar a pensar que a nivel del hombre al menos la existencia es absurda y que es vano querer justificarla. Desde ese punto de vista su actitud es extremadamente moderna. El error de Pangloss es querer introducir artificialmente una causalidad en una sucesión de eventos donde la lógica escapa a las investigaciones del espíritu humano.»

Jean Orieux:

« *Cándido* es una obra de una desesperación casi insondable. Casi solamente, porque si lo fuera totalmente sería excesiva, contraria al decoro, al buen gusto y a la humanidad que debe medirse en todo, incluso en su desesperación. Si fuera excesiva, sería falsa. *Cándido* suena justa como el cristal. Permite sonreír y la humanidad se salva de la desesperanza.»

Jacques Van den Heuvel:

« Lo que da valor al mito de *Cándido* es su doble aspecto, limitado y abierto, sólido y propositivo a la vez. El lado negativo y decepcionante del jardín es todo lo que éste excluye por sus propios límites, la aspiración a los sueños, al absoluto, a la perfección. Pero está lejos de ser verdad que ello impida el rebasamiento de sí... La estructura novelesca de *Cándido* porta la marca de este movimiento de confrontación entre las quimeras y la experiencia, pero también de esa evolución hacia el ideal limitado del jardín a través de las vicisitudes de la existencia.»

ALGUNOS PUNTOS DE VISTA DE CRÍTICOS EXTRANJEROS

George Saintsbury:

Cándido «como obra de arte o de artesanía, está más allá de los elogios... si alguien, habiendo leído su primera página, no alcanza a ver que es loable y de qué manera lo es, nunca será un converso ni lo sería, aunque todos los elogios de los mejores críticos del mundo fueran vertidos sobre él, como en lluvia ligera.»

A History of the French Novel 1917

Henry Vyverberg:

« El ataque de Voltaire al optimismo filosófico tomó dos líneas divergentes. Sobre fondos pragmáticos, opuso este optimismo como prédicas de sumisión pasiva al destino y disuasión del progreso humano a través de la acción. Sobre terrenos empíricos sintió que el optimismo filosófico simplemente no conocía los hechos y que, de plano, no podía dar cuenta satisfactoriamente de la vasta cantidad de males, errores e infortunios que obviamente existían en el mundo. Los ojos de Voltaire no veían al mundo como un simple racionalista; nunca cesó de valorar altamente la evidencia de la observación empírica... y cuando confrontó la escena histórica, sólo pudo quedarse impresionado por lo trágicos y demoniacos hechos que se le revelaban, de una manera demasiado clara.»

Historical Pessimism in the French Enlightenment 1958

H. T. Mason:

« El escepticismo de Bayle ayuda para asegurar que, pese a lo mucho que quiso Voltaire restablecer un optimismo modificado, su filosofía debe permanecer como el mejor disparo mediante el cual se puede dar un vistazo fundamentalmente agnóstico al universo. Sin embargo, en todo tiempo la visión de Voltaire es mucho menos objetiva e imparcial que la de Bayle... Para Bayle, el problema del mal es una controversia polémica: para Voltaire es un tormento personal.»

Pierre Bayle and Voltaire 1963

T. Bestermann:

« Los cuentos de Voltaire pueden ser y generalmente son leídos por placer, como lo testimonian los centenares de ediciones que siguen saliendo de las prensas en todas las lenguas. Además, él difícilmente hubiera escrito algo que, por mucho goce que diera en la lectura, no aportara algo más. No tengo duda de que Voltaire escribió sus historias en parte para consolarse a sí mismo de su infelicidad. Incluso más allá de que fue, en el más completo de los términos, un *comprometido* del mundo, el primero y más grande en su tipo... Instó a sus contemporáneos a entender que la tierra que a ellos se les asemejaba inhabitada era, después de todo, no más que un glóbulo escasamente perceptible en el espacio infinito. Sobre todo, nunca cesó de subrayar no sólo el horror, sino la risible locura de la injusticia y su progenie: intolerancia, fanatismo, crueldad y guerra.»

Voltaire 1969

9. ALGUNOS SITIOS EN LA RED INTERNET SOBRE *CÁNDIDO*

1. Voltaire - Candide

<http://www.literature.org/works/voltaire/candide/>

2. Concordances - Freethought books

<http://209.204.252.217/infidel.htm>

3. CANDIDE by Voltaire

<http://www.blackstoneaudio.com/html/books/b2077.html>

4. Concordances of French and Spanish Books

<http://209.204.252.217/french.htm>

5. Candide

<http://sac.uky.edu/~amgarv0/candide.htm>

6. Candide TL

<http://www.jayrecords.com/rvt/cantl.htm>

7. Candide

<http://www.algonet.se/~morgana/candide/candide.htm>

8. Candide

<http://www.qbc.clic.net/~periscop/candide.html>

9. Re: CANDIDE "PART TWO"

<http://sul-server-2.stanford.edu/byform/mailling-lists/exlibris/1996/05/msg00169.html>

10. Candide - uppgifter

<http://www.educ.goteborg.se/usam/pforum/sv/litt/candide/html>

11. Candide Revisited

<http://www.umich.edu/~worley/candide/>

12. Voltaire's Paradox

<http://www4.ncsu.edu/unity/useers/t/tjcyrus/www/>

13. Voltaire

<http://www.literature.org/works/voltaire>

14. The Voltaire Society of America

<http://tuna.uchicago.edu/homes/jack/vsa>

15. Voltaire
<http://freethought.org/library/historical/voltaire>
16. Voltaire
<http://www.kirjasto.sci.fi/voltaire.htm>
17. Yahoo! Sciences humaines et sociales: Philosophes: Voltaire (1694-1778)
http://www.yahoo.fr/sciences_humaines_et_sociales/philosophie/philosophes/voltaire_1694_1778_/
18. Voltaire: Candide
<http://www.sx.ac.uk/courses/enlit/voltaire.htm>
19. Institut et Musée Voltaire
<http://www.ville-ge.ch/bpu/bpu22.html>
20. The Official Leonard Bernstein Site
<http://www.leonardbernstein.com/>
21. Candide Tickets
<http://www.800tixx.com/candide.html>



2. FICHA TÉCNICA

M Á S E X T R A Ñ O Q U E E L P A R A Í S O

Título original: *Stranger than paradise*

(Estados Unidos - Alemania Federal, 1984)

En inglés. 35 mm. Blanco y negro

Duración: 90 minutos

Dirección y guión: Jim Jarmusch

The new world (El nuevo mundo) primer segmento, según idea de Jim Jarmusch y John Lurie

Producción: Sara Driver y Otto Grokenberger

Fotografía: Tom DiCillo

Edición: Jim Jarmusch y Melody London

Música: John Lurie

Interpretación musical: *The Paradise Quartet*

I Put a Spell on You (Te he hechizado)

compuesta e interpretada por *Screamin' Jay Hawkins*

Reparto:

Willie	John Lurie
Eva	Eszter Balint
Eddie	Richard Edson
Tía Lotte	Cecilia Stark
Billy	Danny Rosen
Hombre con dinero	Rammellzee
Agente de aerolínea	Tom DiCillo
Obrero	Richard Boes
Jugadores de cartas:	Rodckets Redglare
	Harvey Perr
	Brian J. Burchill
Chica con sombrero	Sara Driver
Propietario del motel	Paul Sloane

Sonido: Jack Cooley y Greg Curry (Primera parte)

Drew Kunin (Partes dos y tres)

Asistentes de cámara: Paul Gibson (Parte uno)

James Hayman (parte dos y tres)

Li Shin Yu (parte tres)

Grúa: Frank Prinzi

Producción: Stephen Torton, Guido Chiesa, Louis Tancredi, Matt Buchwald, Una McClure,
Tom Jarmusch, Sam Edwards
Edición de sonido: Melody London, John Auerbach
Mezcla: Jack Cooley
Título: Suzanne Fletcher
The Paradise Quartet:
Viola Jill B. Jaffe
Violin Mary L. Rowell
Violin Kay Stern
Cello Eugene Moyer
Ingeniero de grabación: Ollie Cotton
Ayuda especial de Paul Bartel
Video VHS distribuido por Cine Memoria
Clasificación RTC: B (Adolescentes y adultos)
Traducción al español: Carla Valerie Smallwood
Subtitulaje: Macondo Video

3. BIOGRAFÍA DE JIM JARMUSCH

Jim Jarmusch (1954) E.U.A. Es una figura central de la nueva generación de directores independientes del cine norteamericano y heredero de Yasujiro Ozu, Nicholas Ray y Wim Wenders. Después de realizar estudios de cine con Ray, debutó con la cinta *Permanent Vacation* (1980), que pasó inadvertida. Pero se impuso con la *Más extraño que el paraíso* (1984), premiada internacionalmente; consolidó su nombre con la comedia *Bajo la ley* (1986) y el ingenioso filme en *sketches*, *El tren del misterio* (1989), cuyas acciones transcurren en un mismo día, fórmula que repitió con éxito en *Noche en la tierra* (1991); y en 1995 estrenó *Dead Man* (Hombre muerto) en el festival de Cannes. Músico y actor, ha intervenido en películas de Alex Cox (*Straight to Hell*, 1987), de Alexandre Rockwell (*In the Soup*, 1992) y del finlandés Aki Kaurismaki (*Los vaqueros de Leningrado en América*, 1989).

Edgar Soberón Torchia, *Un siglo de cine*.

Jarmusch nace en 1953 en Akron, Ohio. Estudia en la Universidad de Columbia, en Nueva York y después en París. En 1979 es asistente de producción en *Relámpago sobre el agua*, correalizada por Nicholas Ray y Wim Wenders. En 1980, asume las funciones de ingeniero de sonido en *Underground USA* de Eric Mitchell y de director de fotografía en *You are not!* de Sara Driver. Paralelamente a sus actividades de cineasta, Jim Jarmusch es miembro de un grupo de rock, los Del Byzanteens.

Revue du Cinéma, noviembre de 1986.

Jim Jarmusch nació en Akron, Ohio. Se graduó en la Universidad de Columbia, Nueva York, en 1975. De 1976 a 1979 fue asistente de Nicholas Ray en la Escuela de Cine de la Universidad de Nueva York. Actualmente vive y trabaja en Nueva York. *Más extraño que el paraíso* (que recibió la Cámara de Oro en el Festival Internacional de Cine de Cannes, 1984) fue considerada entre las mejores películas del año por la Sociedad Nacional de Críticos de Cine de Estados Unidos, en 1985.

Cineteca Nacional, *Hoja informativa 12*, noviembre de 1997

4. ALGUNAS OPINIONES DE JIM JARMUSCH

« *Más extraño que el paraíso* es un filme de humor negro casi neorrealista en el estilo imaginario de un realizador de Europa central obsesionado por Ozu.»

Revue du Cinéma, noviembre de 1986

«Nadie puede pretender hacer una historia absolutamente original. Siempre que nos referimos a algo estamos cargados de referencias, aunque sean involuntarias. Es imposible crear a partir de nada, ya que estamos saturados de influencias y lugares comunes. Al apropiarse de elementos ya conocidos y volverlos propios un director puede crear y transformar el lenguaje y el estilo y convertirlos en sello característico de su persona... Utilizar las convenciones cinematográficas y apegarme a ellas no me interesa, las utilizo de manera semiconsciente. Tengo una especie de desprecio hacia la forma en que Hollywood, en sus películas, piensa el mundo y observa la vida. Todos deben ser blancos, de clase media, creyentes y capitalistas.»

Cine Club Políticas, *Cinestudios 19*, noviembre de 1997

«Quiero existir en alguna parte entre la corriente americana y el estilo europeo individualizado. Es una combinación de la facilidad americana para la narrativa y la resistencia al ambiente de los europeos. Quiero que los críticos encuentren mis películas por ellos mismos...

Algunas películas son estéticamente mejores de esa forma (blanco y negro). *Más extraño* tenía una perspectiva sobre el mundo. *Bajo la ley* tiene tres, así que muchas escenas están tomadas desde distintos ángulos para reflejar diferentes sensibilidades. Es todavía un estilo visual directo, casi austero. Pero no hay tomas de punto de vista clásicas, ni acercamientos, ningún inserto...

La mayoría de los filmes no son demandas del público. He tratado de ver este supuesto nuevo tipo de cine americano. En cambio, veo las realidades de películas como *Buscando desesperadamente a Susana* y *Simplemente sangre*. Aquellos son spielbergianos, una obra en el ya aceptado lenguaje de la televisión. Ellos no confían en el público, dando una nueva toma cada seis o siete segundos.

Francamente siento que la situación global para hacer cine se está poniendo peor. No hay un único lenguaje para hacer cine. Tiene que haber un sitio para filmes serios, comedias serias en el cine americano. De otra manera, podemos empacarlos todo y tirar nuestra herencia.»

American Film, octubre de 1986

5. FILMOGRAFÍA DE JIM JARMUSCH:

Nota: Entre paréntesis se menciona la función del autor y la traducción del título de las películas dirigidas por él, cuando exhibida en México.

1980 *Lightning Over Water* (Asistente de producción)

1980 *Underground U.S.A.* (Sonido)

1982 *Fraulein Berlin* (Actuación)

1982 *Permanent Vacation* (Director, productor, guionista, editor y compositor de la música)

1983 *Burroughs* (Sonido)

1984 *Stranger Than Paradise* (Más extraño que el paraíso: director, guionista y coeditor)

1986 *Coffee and Cigarettes* (Cortometraje: director y guionista)

1986 *Down By Law* (Bajo la ley: director y guionista)

1986 *Sleepwalk* (Operador de cámara)

1987 *Candy Mountain* (Actuación)

1988 *Coffee and Cigarettes Part Two (Memphis Version)*
(Cortometraje: director y guionista)

1988 *Helsinki Napoli All Night Long* (Actuación)

1989 *Leningrad Cowboys Go America* (Actuación)

1989 *Mystery Train* (El tren del misterio: director y guionista)

1990 *The Golden Boat* (Actuación)

1991 *Night On Earth* (Noche en la tierra: director, guionista y productor)

1992 *In the Soup* (Actuación)

1993 *Coffee and Cigarettes (Somewhere in California)*(Cortometraje: director)

1993 *Tigrero: A Film That Was Never Made* (Actuación)

6. ALGUNAS OPINIONES SOBRE *MÁS EXTRAÑO QUE EL PARAÍSO*

Eva llega de Hungría a Nueva York y se hospeda con su primo Willie, quien vive sin trabajar, viendo televisión, jugando y pasando el tiempo con su amigo Eddie, otro neoyorkino igualmente aburrido. Eva se muda a Cleveland con su tía Lottie, trabaja en un restorán y sale con un amigo que también la aburre. Un año después, Willie y Eddie aparecen en Cleveland y, con Eva, se van a la Florida, donde descubren que también en el sur la vida es absurdamente monótona.

Édgar Sobrón Torchia, *Un siglo de cine*

Más extraño que el paraíso es una vigorosa y original comedia negra de vanguardia. Iniciada como un corto que fue presentado bajo el mismo título en algunos festivales, el filme ha sido expandido en una sobresaliente creación del joven escritor y director neoyorquino Jim Jarmusch y recibió un caluroso recibimiento en la Quincena de los Directores en Cannes. El minimalismo de la película y su naturaleza usual lo hacen difícil de vender comercialmente, aunque cines especializados podrían pasarlo en breves temporadas.

Discípulo de Wim Wenders, que había hecho un realización previa en 1979, *Permanente Vacation*, Jarmusch ha hecho aquí un riguroso ejercicio formal y ese formalismo contribuye a unhilaridad creciente, según avanza el filme.

La historia fragmentada está estructurada en tres secciones diferentes de las cuales la primera (la toma inicial del cortometraje) toma lugar en la ciudad de Nueva York. Las secuencias individuales en cada sección son presentadas en una toma sostenida y separadas por cuadros negros.

La sencilla historia presenta a Willie (John Lurie), un vago urbano autoestilizado, que recibe con sorpresa y algo de no bienvenida, la visita de su prima húngara Eva (Eszter Balint). Willie no hace nada para ocultar su molestia de tener que compartir su diminuto departamento con esta extranjera, pero cuando ella finalmente lo deja después de diez días parece haber un extraño afecto entre ellos, aunque no habían compartido nada juntos salvo el espacio.

La segunda parte muestra a Willie y a su amigo Eddie (Richard Edson) decidiendo marchar a Cleveland para visitar a Eva, quien vive allí con la Tía Lotte (Cecilia Stark), una señora mayor siempre quejosa e insistente en hablar todavía en húngaro a los enfadados jóvenes. Una vez más, los personajes hacen muy poco de significativo juntos, pasando estas *vacaciones* frente a la televisión, viendo películas de karatecas y saliendo a las afueras, como el lago Erie, al final del invierno.

La parte tres tiene al trío abandonando las tierras congeladas por Florida, donde se registran en un vacío motel junto al mar y Willie y Eddie pierden casi todo su dinero en las carreras de perros.

Sin embargo, cuando Eva aparece súbitamente ataviada con un botín y una moda excéntrica, el manejo de la historia cierra el círculo pero con un irónico giro.

Ya que el argumento no cuenta mucho aquí, el estilo es lo que domina y Jarmusch ha hecho que algunos aspectos tales como el emplazamiento de cámara, la composición (en un pasmoso y sensacional blanco y negro) y la estructura cuenten por mucho. Las largas tomas y las a menudo rígidas posiciones de la cámara parecen ser un homenaje al último director japonés Yasujiro Ozu y también pueden hallarse ciertos trazos de Warhol y Godard.

Felizmente, Jarmusch ha ido más allá del tema inherente a la alienación para crear una comedia cáustica y sarcástica sobre la falta de relaciones, comunicación y todo eso.

El actor principal, Lurie, pasa la mayoría del tiempo de la película actuando como un grosero gamberro, pero su actuación final crece enormemente. Balint no hace ni el intento de un acento húngaro y asume su inexpresiva, incluso vacía postura, pero también emerge con soltura. Edson y Stark desvían el relieve cómico. Las contribuciones técnicas son muy agudas a pesar del escaso presupuesto.

Variety, mayo de 1984

Jim Jarmusch ha crecido en la vanguardia, al frente de los cineastas independientes norteamericanos. El punto focal de todo el trabajo de Jarmusch es la aparente contradicción que existe entre la percepción del *sueño americano* y lo que realmente sucede con ese sueño, que al final resulta un mito. Esta contradicción es explorada entre la interacción del ensamble característico de los personajes. Cada película de Jarmusch es construida alrededor de un trío de caracteres.

Cineteca Nacional, *Expediente Jim Jarmusch*

Jarmusch, el creador de treinta y tres años de *Más extraño que el paraíso* y recientemente de *Bajo la ley*, la cual abrió el Festival de Cine de Nueva York este 1986, podía estar más cerca de esta aspiración (reunir las tradiciones filmicas de América y Europa) que algunos de sus contemporáneos. Esquiva el comercialismo pero evita ser parte del llamado movimiento *subterráneo*... Su editora, Melody London, insiste en que Jarmusch tiene una clara idea de la forma final de sus filmes durante el rodaje, dando pocas opciones en el cuarto de edición.

Jarmusch tiene una de las sensibilidades visuales más distintivas en la pantalla. *Más extraño*... fue hecho totalmente en grandes planos de sólo tomas medias separadas por negros y filmado en blanco y negro. Reconoce que el director Nicholas Ray, a quien él sirvió

como asistente en la Universidad de Nueva York, le dio el mejor consejo: *Cada escena tien que ser considerada como una sola idea.*

Las películas de Jarmusch desafían la búsqueda de los críticos por categorizaciones fáciles y el director se rehusa a brindar cualquier ayuda. Ídem para los públicos. Para Jarmusch, *Más extraño que el paraíso* y se espera que *Bajo la ley*, prueban que las audiencias responden y comprenden otras maneras de contar historias en la pantalla.

Leonard Klady, *American Film*, octubre de 1986

Una innegable cualidad de este descendiente americano de Antonioni y Wenders es que sabe dar a sus deambulaciones cinematográficas un humor sabrosamente desnivelado, al tiempo que abiertamente burlesco: baste recordar la secuencia de la *cena t.v.* en *Más extraño que el paraíso* o los delirios lingüísticos de *Bajo la ley*.

Revue du cinéma, noviembre de 1986

Las pequeñas aventuras en Estados Unidos de una inmigrante húngara, su primo y su amigo. Filmada en un blanco y negro de alto contraste y no editada en el sentido convencional: cada toma es mostrada completa, seguida por un cuadro negro antes de que aparezca la siguiente toma. Se enfoca sobre las vidas en las que nada pasa, y si pasara, nadie lo notaría, pero ejerce un delicado encanto por ser muy indócil.

Halliwel's Film Guide, 1995

Para pensar que *Más extraño que el paraíso* fue un golpe de película te tendrías que sintonizar en su minimalismo tan pasivamente que se reducirían tus expectativas. El filme está tan cercado que tiene el sentido de una pardusca comedia de Europa del este; es como un comedia de privación sensorial.

Pauline Kael, *New Yorker*

Pleno de un carácter caprichoso y de ironía, hace que su tema central, la alienación americana, parezca extremadamente entretenido.

Derek Malcolm, *The Guardian*

Tres almas perdidas, John Lurie, quien llegó a Nueva York de Hungría hace diez años, buscando pero no encontrando el paraíso, su adorable prima visitante Eszter Balint y su amigo Richard Edson, sobreviven cómicamente una vida vacía. Es un film semivanguardista.

Robert and Gwendolyn Nowlan, *The Films of the Eighties*

Jim Jarmusch obtuvo un éxito mucho mayor con su siguiente realización, *Más extraño que el paraíso* (1984), una excéntrica comedia que él había expandido de su premiado corto de 30 minutos, *Nuevo Mundo*. Ganó el premio Cámara de Oro por Mejor Nuevo Director en Cannes y el Leopardo Dorado como Mejor Película en el Festival de Locarno.

Ephraim Katz, *The Film Encyclopedia*

Sencilla historia de un hombre joven no descrito, su tonto y mejor amigo, y su prima de 16 años que viene a Estados Unidos desde Hungría. Esta comedia de carretera fue aclamada por la crítica y es, en su peor lado, un poco lenta; y en su mejor lado, es original, hace gracia y es extremadamente divertida. Filmada independientemente y desarrollada a partir de un corto de 30 minutos.

Leonard Maltin, *Movie and video*

La bizarra comedia de Jim Jarmusch, *Más extraño que el paraíso*, usa todo el tiempo planos secuencia. La cámara explora inexorablemente en un lugar predeterminado. Los jóvenes personajes entran a escena y actúan sus cómicas y esperpénticas vidas, completadas con aburridos trechos de silencio, expresiones bañadas de apatía y sonidos aleatorios. Finalmente, salen. O simplemente se quedan ahí. La cámara se queda con ellos. Desvanecimiento a cuadros negros. Todo muy extraño...

Cada escena de esta película es un plano secuencia: una toma extensa sin cortes. Lejos de ser *primitiva*, la técnica del plano secuencia produce un sofisticado e irónico efecto, bizarro y divertido. En una escena, los dos protagonistas (John Lurie y Richard Edson) cenan un platillo húngaro: *goulash*, mientras Lurie regaña a su robusta y muy franca tía (Cecilia Stark) por seguir hablando húngaro después de años de vivir en Estados Unidos. Los ritmos cómicos de la escena son acentuados por el escenario: los parientes que ríen deben inclinarse para verse el uno al otro, mientras el visitante, atrapado en la línea de fuego, intenta en vano permanecer neutral.

Louis Giannetti, *Understanding Movies*

Un chico normal, su amigo *nerd* y su prima húngara viajan por América, aburridos, obteniendo diversión y aventuras. Nueva York, luego Cleveland! Lo que a uno menos se le ocurriría. Inventiva comedia independiente, hecha con un bajo presupuesto y aclamada en Cannes.

Video Hound's Golden Movie Retriever 1998

7. BIBLIOGRAFÍA DE JIM JARMUSCH:

Original Sin: The Visionary Art of Joe Coleman

(Pecado original: el arte visionario de Joe Coleman)

Sin edición en español.

Editorial: Gates of Heck Inc.

Sinopsis: Este es un libro sobre el pintor Joe Coleman, famoso por sus óleos en los que incluye notas, rostros, documentos, escenas dramáticas y creaturas horribles. Los autores de los tres ensayos que incluye esta edición son: Jim Jarmusch, cineasta; John Yau, historiador de arte y Harold Schechter, escritor.

NOTA: Al parecer no existe aún un libro *sobre* Jim Jarmusch (alguna biografía y revisión de su obra en la que no sólo se le mencione entre *otros* cineastas). Sin embargo, se obtiene información sobre él en revistas especializadas sobre cine y también en la red Internet.

8. SITIOS EN LA RED INTERNET SOBRE *MÁS EXTRAÑO QUE EL PARAÍSO* Y JIM JARMUSCH

1. alt.culture: Jarmusch, Jim
<http://www.pathfinder.com/altculture/aentries/j/jarmusch.html>
2. Jim Jarmusch
<http://www.z-zone.co.kr/movie/data/dir/jimjarmusch.html>
3. Jim Jarmusch, Rock and Roll Director - Page 1
<http://atn.addict.com/issues/2.06/html/lofi/features/jarmusch>
4. Movie Guide: Jim Jarmusch Film Credits
<http://www.mrshowbiz.com/reviews/moviereviews/directors/jimjarmusch.html>
5. Jim Jarmusch
<http://videoflicks.com/vf2/a100/1007643.ihtml>
6. Jim Jarmusch
<http://kiwi-us.com/~watabefjim.html>
7. Jim Jarmusch
<http://star.glo.be/rock/aaweb/tekst/films/regie/jarmusch.htm>
8. Jim Jarmusch admiring page
<http://www.oaza.co.yu/kultura/jarmusch.htm>
9. Stranger Than Paradise, baby!
<http://hollywoodandvine.com/bbvd/placesthatwing/movies/messages/379.shtml>
10. Stranger Than Paradise
<http://isir.kaist.ac.kr/yeyoung/festival/94sp7.htm>
11. Stranger Than Paradise, Part One (1983)
<http://newyork.sidewalk.com/detail/27212>
12. Stranger Than Paradise: sanfrancisco
<http://sanfrancisco.sidewalk.com/detail/49843>
13. Gore Group Publications
http://www.filmthreat.com/gore_group_publications.htm

14. Teen Movie Critic
<http://204.75.238.90/roger/jarmusch.html>
15. Jim Jarmusch
<http://www.resort.com/~salient/uber/jim/index.html>
16. Black Star - Jim Jarmusch
<http://www.blackstar.co.uk/video/director/710000001358>
17. Jarmusch, Jim
<http://203.4.212.185/cinemaconnection/directors/usa/2199.html>
18. Sundance: Filmmaker Focus: Jim Jarmusch
http://www.sundancechannel.com/focus/jarmusch/jo_smoking.shtml
19. POP-i Interviews TOC
<http://www.popi.com/interviewstoc.htm>
20. Yahoo! Entertainment: Movies and Film: Filmmaking: Directing: Directors
http://www.yahoo.com/entertainment/movies_and_film/filmmaking/directing/directors/jarmusch_ji

FUENTES DE INFORMACIÓN:

1. BIBLIOGRÁFICAS

2. HEMEROGRÁFICAS

3. VIDEOGRÁFICAS

4. ICONOGRÁFICAS

1. BIBLIOGRAFÍA

- (1) ABBAGNANO, Nicola. *Diccionario de filosofía*. México, Fondo de Cultura Económica, 1975.
- (2) ANDREW, J. Dudley. *Las principales teorías cinematográficas*. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.
- (3) AUMONT, Jacques y MARIE, Michel. *Análisis del film*. Barcelona, Paidós, 1990.
- (4) BARNET, J. Richard y CAVANAGH, John. *Global Dreams*. Nueva York, Simon Schuster, 1994.
- (5) BARTHES, Roland et.al. *Análisis estructural del relato*. México, Coyoacán, 1996.
- (6) BERISTÁIN, Helena. *Análisis estructural del relato literario*. México, UNAM-Limusa, 1997.
- (7) BERMAN, Marshall. *Todo lo sólido se desvanece en el aire. La experiencia de la modernidad*. México, Siglo XXI, 1995.
- (8) BETTETINI, Gianfranco. *La conversación audiovisual. Problemas de la enunciación filmica y televisiva*. Madrid, Cátedra, 1986.
- (9) _____ y COLOMBO, Fausto. *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1995.
- (10) BOULEZ, Pierre. *Puntos de referencia*. Barcelona, Gedisa, 1984.
- (11) BRAILSFORD, Henry Noel. *Voltaire*. México, Fondo de Cultura Económica, 1941.
- (12) CAAMAÑO URIBE, Ángel. *La pornografía: estudio sociojurídico de un problema mundial y eterno*. México, Edamex, 1989
- (13) CALVINO, Ítalo. *Por qué leer los clásicos*. México, Tusquets, 1992.
- (14) CARMONA, Ramón. *Cómo se comenta un texto fílmico*. México, REI, 1993.
- (15) CASSETTI, Francesco. *El film y su espectador*. Madrid, Cátedra, 1996.
- (16) _____ y DI CHIO, Federico. *Cómo analizar un film*. Barcelona, Paidós, 1991.
- (17) CASTILLA DEL PINO, Carlos. *La incomunicación*. Barcelona, Nexos, 1990.

- (18) CAZANEUVE, Jean. *El hombre telespectador (Homo telespectator)*. Barcelona, Gustavo Gili, 1977.
- (19) CHOMSKY, Noam. *Ilusiones necesarias*. Madrid, Libertarias-Prodhuft, 1992.
- (20) CHOMSKY, Noam. *Lo que realmente quiere el Tío Sam*. México, Siglo XXI, 1995.
- (21) _____ y DIETERICH, Heinz. *La sociedad global*. México, Joaquín Mortiz, 1996.
- (22) COLOMBO, Furio. *TV: La realidad como espectáculo*. Barcelona, Gustavo Gili, 1970.
- (23) CONNOR, Martin y CRADDOCK, Jim. *Video Hound's Golden Movie Retriever 1998*. Detroit, Visible Ink Press, 1998.
- (24) DEBRAY, Régis. *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona, Paidós, 1994.
- (25) DELEUZE, Gilles. *La imagen movimiento*. Barcelona, Paidós, 1984.
- (26) _____. *La imagen tiempo*. Barcelona, Paidós, 1987.
- (27) DOCHERTY, Thomas (comp.). *Postmodernism. A reader*. Nueva York, Columbia University Press, 1993.
- (28) DUCHET, Michèle. *Antropología e historia en el siglo de las luces*. México, Siglo XXI, 1975.
- (29) ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, Lumen, 1990.
- (30) _____. *Los límites de la interpretación*. México, Lumen, 1992.
- (31) EHMER, H. K. et.al. *Miseria de la comunicación visual. Elementos para una crítica de la industria de la conciencia*. Barcelona, Gustavo Gili, 1977.
- (32) ELLIS, John. *Visible fictions: Cinema: Television: Video*. Londres y Nueva York, Routledge, 1992.
- (33) ESPINA, Antonio. *Voltaire y el siglo XVIII*. Madrid, Júcar, 1975.
- (34) FEATHERSTONE, Mike. *Global Culture*. Londres, Sage, 1990.
- (35) _____ et.al. *Global Modernities*. Londres, Sage, 1995.
- (36) FRATTINI, Eric y COLÍAS, Yolanda. *Tiburones de la comunicación*. México, Océano, 1997.

- (37) FREDERICK COPLESTON, S.I. *Historia de la filosofía* (vol. VI). Barcelona, Planeta, 1981.
- (38) FREUD, Sigmund. *Obras completas* (vol. VIII). Bs. As., Amorrortu, 1994.
- (39) GAUBECA NAYLOR, Luz María. *Algunas consideraciones temáticas y formales del Cándido de Voltaire* (tesina). México, UNAM, 1982.
- (40) GARCÍA RIERA, Emilio. *México visto por el cine extranjero*. México, Era y Universidad de Guadalajara, 1987.
- (41) GEERTZ, Clifford. *Los usos de la diversidad*. Barcelona, Paidós, 1996.
- (42) GELMIS, Joseph. *El director es la estrella*. Barcelona, Anagrama, 1970.
- (43) GIANNETTI, Louis. *Understanding Movies*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1990.
- (44) GONZÁLEZ, Jorge. *Más (+) cultura (s)*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 1994.
- ..
- (45) GOUTMAN, Ana. *Método y métodos. No teoría de los métodos*. México, Armella, 1985.
- (46) GRUZINSKI, Serge. *La guerra de las imágenes*. México, Fondo de Cultura Económica, 1995.
- (47) HALLIWELL, Leslie. *Halliwel's Films Guide*. Nueva York, HarperPerennial, 1995.
- (48) HARVEY, David. *The condition of Postmodernity*. Cambridge, Blackwell, 1990.
- (49) HAYWARD, Philip & WOLLEN, Tana (comps.). *Future Visions. New Technologies of the Screen*. Londres, BFI, 1993.
- (50) HEREDERO, Carlos y SANTAMARINA, Antonio. *El cine negro*. Barcelona, Paidós, 1996.
- (51) IANNI, Octavio. *Teorías de la globalización*. México, UNAM - Siglo XXI, 1996.
- (52) JAMESON, Fredric. *La estética geopolítica. Cine y espacio en el sistema mundial*. Barcelona, Paidós, 1995.
- (53) KATZ, Chaim et. al. *Diccionario básico de comunicación*. México, Nueva Imagen, 1992.
- (54) KATZ, Ephraim. *The Film Encyclopedia*. Nueva York, HarperPerennial, 1994.

- (55) KENNEDY, Paul. *Hacia el siglo XXI*. Barcelona, Plaza & Janés, 1993.
- (56) KNAPP, Mark L. *La comunicación no verbal. El cuerpo y el entorno*. Barcelona, Paidós, 1982.
- (57) KUHN, Anette. *Cinema, Censorship and Sexuality (1909-1925)*. Londres y Nueva York, Routledge, 1988.
- (58) LYOTARD, Jean-François. *La condición postmoderna*. México, REI, 1990.
- (59) MALTIN, Leonard. *Movie and Video Guide*. Nueva York, Signet Book, 1996.
- (60) MARTIN, Jerónimo José y RUBIO, Antonio. *Cine y Revolución Francesa*. Madrid, Rialp, 1991
- (61) MATTELART, Armand. *La comunicación - mundo*. México, Siglo XXI, 1996.
- (62) _____ y Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1997.
- (63) McCONNELL, Frank D. *El cine y la imaginación romántica*. Barcelona, Gustavo Gili, 1979.
- (64) McLUHAN, Marshall. *Comprender los medios de comunicación*. Barcelona, Paidós, 1996.
- (65) _____ y Eric. *Leyes de los medios*. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes - Alianza, 1990.
- (66) _____ y FIORE, Quentin. *El medio es el masaje*. Barcelona, Paidós, 1987.
- (67) METZ, Christian. *Essais sur la signification au cinéma*. Paris, Klincksieck, 1968.
- (68) _____. *Psicoanálisis y cine. El significante imaginario*. Barcelona, Gustavo Gili, 1979.
- (69) MILLÉ DE GARCÍA LIÑÁN, Carmen. *La necesidad de comunicarse*. México, Edamex, 1993
- (70) MOLES, Abraham y ROHMER, Elizabeth. *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*. México, Trillas, 1991.
- (71) NOWLAN, Robert A. y WRIGHT, Gwendolyn. *The Films Of The Eighties*. Jefferson, McFarland & Company, Inc., 1991.

- (72) OLCINA, Emili. *No cruces las piernas. Un ensayo sobre el cine pornográfico*. Barcelona, Laertes, 1997.
- (73) OSANKA, Franklin Mark. *Sourcebook of Pornography*. Lexington, MS, 1989.
- (74) PARKER, Alexander A. *Los pícaros en la literatura*. Madrid, Gredos, 1971.
- (75) PAZ, Octavio. *El laberinto de la soledad. Posdata. Vuelta a El laberinto de la soledad*. México, Fondo de Cultura Económica, 1995.
- (76) PERELMAN, Chaïm. *El imperio retórico*. Bogotá, Norma, 1997.
- (77) PHILLIPSON, Robert. *Linguistic Imperialism*. Oxford, Oxford University Press, 1992.
- (78) PLIEGO, Mateo (trad.). *Andrei Tarkovski*. México, Cineteca Nacional, 1989.
- (79) RENOV, Michael. *Theorizing Documentary*. Nueva York y Londres, Routledge, 1993.
- (80) RICHMOND, Anthony H. *Global Apartheid*. Toronto, Oxford University Press, 1994.
- (81) RIVIÈRE, Margarita. *La moda ¿comunicación o incomunicación?* Barcelona, Gustavo Gili, 1977.
- (82) RORTY, Richard. *Contingencia, ironía y solidaridad*. Barcelona, Paidós, 1996.
- (83) ROWE, William y SCHELLING, Vivian. *Memory and Modernity. Pop Culture in Latin America*. Londres y Nueva York, Verso, 1991.
- (84) SARTORI, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. México, Taurus, 1997.
- (85) SAVATER, Fernando. *Diccionario filosófico*. México, Planeta, 1996.
- (86) SCHILLER, Herbert. *Cultura, S. A.* Guadalajara, Universidad de Guadalajara, 1993.
- (87) SFEZ, Lucien. *La comunicación*. México, Cruz, 1992.
- (88) SILVA, Carmen (comp.). *Voltaire*. México, UNAM, 1995.
- (89) SOBERÓN TORCHIA, Édgar. *Un siglo de cine*. México, Cinememoria, 1995.
- (90) STEFANI, Gino. *Comprender la música*. Barcelona, Paidós, 1987.
- (91) TALENS, Jenaro. *El ojo tachado*. Madrid, Cátedra, 1986.
- (92) VATTIMO, Gianni. *El fin de la modernidad*. Barcelona, Planeta-Agostini, 1994.

- (93) VATTIMO, Gianni. *La sociedad transparente*. Barcelona, Paidós-Universidad Autónoma de Barcelona, 1994.
- (94) VOLTAIRE. *Candide*. París, Didier, 1972.
- (95) _____. *Cándido*. Bogotá, La Montaña Mágica, 1986.
- (96) _____. *Cándido. Micromegas. Zadig*. México, REI, 1991.
- (97) _____. *Cándido o el optimismo*. México, Secretaria de Educación Pública, 1988.
- (98) _____. *Cándido. Zadig*. Barcelona, Novaro, 1970.
- (99) _____. *Cartas filosóficas*. Barcelona, Altaya, 1993.
- (100) _____. *Diccionario filosófico*. México, Fontamara, 1996.
- (101) _____. *El Ingenuo*. Madrid, Siruela, 1997.
- (102) _____. *Memorias*. Madrid, Valdemar, 1994.
- (103) _____-DIDEROT. *Obras escogidas*. España (sic), Conaculta-Océano, 1999.
- (104) VV.AA. *Videoculturas de fin de siglo*. Madrid, Cátedra, 1992.
- (105) WOLL, Allen L. *The Latin Image in American Film*. Los Ángeles, UCLA, 1977.
- (106) ZAVALA, Lauro. *Material inflamable*. México, UAM-Xochimilco, 1989.
- (107) ZUNZUNEGUI, Santos. *Pensar la imagen*. Madrid, Cátedra, 1995

2. HEMEROGRAFÍA

(1) American Film, octubre de 1986.

(2) Cine Club Políticas. Cinestudios 19, viernes 17 de noviembre de 1997, "Ciclo sin ciclo", «Jinetes sampleadores de imágenes».

(3) Cineteca Nacional. Expediente Jim Jarmusch. Departamento de Documentación (notas de prensa y de los programas de la Cineteca).

(4) Cineteca Nacional. Hoja informativa número 12, noviembre de 1997.

(5) Novedades, 25 de mayo de 1993.

(6) Revue du Cinéma. Número 9, noviembre de 1986.

(7) Variety. Miércoles 23 de mayo de 1984.

3. VIDEOGRAFÍA

(1) JARMUSCH, Jim. *Más extraño que el paraíso*. Estados Unidos-Alemania Federal, 1984. Duración: 90 min. Blanco y negro. VHS, Cinememoria.

(2) BERNSTEIN, Leonard. *Candide* (basado en el texto de Voltaire). Estados Unidos, 1991. Duración: 147 min. A color. VHS, Video Music Productions. Director de filmación: Humphrey Burton.