

en que se ve la otra en el cuarto de María: ese tiempo está marcado «por los salvajes latidos de mi corazón», nos informa Castel. No le hace falta al lector echar cuentas acerca de la rapidez con que late un corazón, ni tratar de saber cuántos segundos corresponden a cuántos latidos: el autor no dejará decir a Castel cuántos latidos llegó a contar. El que el lector no pueda sacar conclusión alguna de este incidente y el que Castel, en cambio, aunque tan ignorante de la verdad como aquél, lo haga sin apelación crea en el lector una reacción de sorpresa, de duda y hasta de indignación ante la injusticia que el protagonista está a punto de cometer. Consecuentemente, una reacción crítica hacia Castel, en vez de la identificación que él desea.

Gracias a la abundancia de señales de este tipo, la última palabra en *El túnel* no la tiene Castel, ni es consecuencia inmediata del discurso «casteliano», sino que la dice el autor implícito a pesar y tras el sacrificio de la voz narrativa. Gracias a la intervención de ese autor-en-el-texto, la novela, en vez de acabar en el nihilismo que decía temer Ernesto Sábato, el nihilismo del Castel que desespera de verse comprendido, inclina al lector a evitar su conducta, a rechazarla. Rechazo precario, porque el destino de Castel está pavorosamente cerca de ser nuestro confuso destino común—y de ahí los momentos intermitentes en que sentimos, vemos y creemos con el perturbado Castel—, pero en última instancia rechazo inevitable, porque la ayuda del autor implícito obliga a concluir que la peripecia del protagonista no es obligada; que la dificultad de comunicación entre los hombres no aboca a la desesperada conducta de Castel. Aunque la solución sea presentada implícitamente y de rechazo, no deja de estar clara y presente en *El túnel*. Sólo unos pocos años más tarde, Ernesto Sábato, como aclarando la idea subyacente de la novela, la cifraría en estas palabras:

No estamos completamente aislados. Los fugaces instantes de comunidad ante la belleza que experimentamos alguna vez al lado de otros hombres, los momentos de solidaridad ante el dolor, son como frágiles y transitorios puentes que comunican a los hombres por sobre el abismo sin fondo de la soledad. Frágiles y transitorios, esos puentes, sin embargo, existen y aunque se pusiese en duda todo lo demás, eso debería bastarnos para saber que hay algo fuera de nuestra cárcel y que ese algo es valioso y da sentido a nuestra vida, y tal vez hasta un sentido absoluto⁵.

Estos tenues y azarosos puentes que surgen inesperadamente entre dos personas no satisfacen al insensato Castel, un loco con afán de absolutos, pero sí, en cambio, a los demás personajes y, sobre todo, a

⁵ *Ibidem*, págs. 127-8.

Allende, un hombre eminentemente cuerdo y razonable que, ciego, pero clarividente, brilla en el relato como un faro guía de nuestra precaria condición de verdadera ceguera.—GONZALO DIAZ-MIGOYO (*Dpt. of Romance Languages. Tufts University. Medford, Mass. 02155. ESTADOS UNIDOS*).

APUNTES SOBRE LA POSIBLE DESAPARICION DEL CINE

Hasta hace muy poco tiempo, la hipótesis parecía descabellada: el arte del cine, ya consagrado como tal, objeto de sesudos estudios sociológicos, históricos y estructuralistas; el poderoso medio de comunicación masivo, promotor de una civilización de la imagen, decisivo engranaje de la industria del entretenimiento, puede desaparecer. Y sólo ha cumplido ochenta y cinco años de vida.

«Arte del siglo xx lo llamaron ya en tiempos de Delluc y Riccioto Canudo, primeros teóricos del séptimo arte. Peligroso y anticipado bautizo, que involucra transitoriedad... El siglo xx está ya en sus finales y su más característico medio de expresión corre el peligro de ser efímero, a la inversa de sus hermanos mayores, milenarios y tenaces. Argumentos contrapuestos esgrimen los agoreros y los defensores de la perdurabilidad del cine. Y como suele suceder con éste, compleja e inestable ecuación de arte e industria, los datos económicos y técnicos son los más numerosos en la voz de los que anuncian la muerte del film.

Veamos, ante todo, algunas de las tesis optimistas. Muchas veces se anunció la muerte del teatro, precisamente ante la aparición del cine. El teatro ha sobrevivido, con sus propias adaptaciones a formas menos masificadas de entretenimiento, quizá con implantaciones más aisladas, pero conservando sus propios valores. Del mismo modo—se ha dicho—, el cine sobrevivió en la década del cincuenta a la invasión espectacular de la televisión, que llegó a modificar profundamente la estructura de la cinematografía al obligarla a cambiar de métodos de difusión, técnicas y hasta actitudes estéticas. Sin embargo, no debe olvidarse que la televisión es un medio técnico que contiene algunas características análogas al cine y que por eso mismo sus relaciones mutuas son mucho más complejas que las que mantiene con otras artes dramáticas o visuales.

De todos modos, la primera colisión entre ambos medios se produjo a partir de la década del cincuenta en América, con la rápida prolifera-

ción de estaciones y receptores de TV. La producción cinematográfica descendió casi a la mitad; la concurrencia semanal a salas cinematográficas a lo largo de una década (de 1946 a 1955) también se redujo a la mitad: de 90 millones de espectadores en 1946, a 45,8 en 1955¹. Entretanto, de una producción de 6.476 aparatos receptores de TV en 1946, se había pasado a 6.096.280 en 1952. Según el International Television Almanac, 49 millones de aparatos se encendían en los Estados Unidos en 1959...

La reacción que tuvo esta avalancha catastrófica en Hollywood —atenuado el pánico— fue variada. Una parte creyó que era un fenómeno pasajero; otra trató de pactar con el enemigo. La mayoría de los productores, al principio, trató simplemente de evitar que las películas se proyectasen por televisión, salvo las de más respetable antigüedad. Más tarde se vendieron lotes enteros de viejos films, lo cual a la larga se constituyó en un buen negocio. Menos sumaria fue la táctica de unirse al negocio de la producción televisiva. Los grandes estudios estaban en excelentes condiciones para producir material destinado a la pequeña pantalla no sólo por sus instalaciones técnicas, sino por su experiencia y su acervo en el rubro de guiones y libretos que era posible adaptar. A los pocos años, la mayoría de los sellos americanos (Columbia fue el primero) creó su propia empresa subsidiaria para producir y distribuir material de televisión: películas y «series». Casi siempre utilizaban temas ya rodados en sus estudios en otra época adaptándolos al nuevo medio.

Esta actividad, que aún continúa, se complementaba con la citada venta de viejos films; posteriormente se planearon acuerdos para definir la edad de explotación de una película, al término de la cual se entregaba a la televisión. Ese lapso fue disminuyendo, al tiempo que se instituía la práctica de la producción conjunta, por la cual un film se rodaba para ser estrenado en TV y posteriormente explotado en cines de otros países o a la inversa. En los últimos años, como se sabe, la televisión se ha convertido en un importante financista de películas, especialmente en Alemania, donde ha producido y exhibido las obras de los jóvenes realizadores nuevos (de Herzog y Fassbinder a Schamoni y Schroeter), y en Italia, donde la RAI ha hecho lo mismo y ahora capta a los grandes «monstruos», como Fellini y Antonioni, o en Suecia, donde Bergman ha dirigido varios telefilms luego remontados para la duración cinematográfica, como *Riten*, *Secretos de un matrimonio* y *La flauta mágica*.

Todas esas operaciones, al principio, compensaban algo las pérdidas

¹ La progresión fue la siguiente: 90 millones (1946), íd. en 1947 y 1948, 70 (1949), 60 (1950), 54 (1951), 51,4 (1952), 45,9 (1953), 49,2 (1954), 45,8 (1955). También el número de salas disminuyó: de un tope de 20.355 en 1945 se llegó a 14.613 en 1955. (Datos del *Film Daily Yearbook*. Nueva York, 1956.)

del enorme negocio de la explotación, pero no eran suficientes para enfrentar el cierre de salas, los crecientes gastos de producción para un número cada vez menor de películas y el complejo sistema de distribución en el exterior. En Hollywood, donde el fenómeno fue más temprano, los productores de cine eran conscientes de que había que combatir con medios novedosos a la imagen televisiva. El recurso primero y principal fue también el más pragmático: hacer películas que no pudieran pasar por televisión: más grandes, más anchas, más espectaculares, con color (entonces la TV era en blanco y negro) y con la mayor cantidad de recursos técnicos; más profundamente, se pensó en temas adultos o prohibidos por la moral televisiva.

De ese modo, revivió la antigua concepción de la pantalla triple, imaginada por Abel Gance en 1926 para presentar su *Napoleón*. El técnico Fred Waller en 1939 preparó el diseño de una proyección múltiple en una esfera, que debería ser un número atractivo en la Feria Mundial de Nueva York. Estas experiencias continuaron y puso a punto un espectáculo con once proyectores en un espacio circular, o sea, que cubrían 360 grados. El mismo Waller, con otros socios, entre los cuales estaba Merian Cooper, director y productor aficionado a los trucos (fue uno de los responsables del primer *King Kong*), creó el *Cinerama*, un espectáculo destinado a crear en el espectador una sensación de hallarse inmerso dentro de las imágenes.

El *Cinerama*, tal como se presentó en 1952, se componía de tres proyectores que cubrían una enorme pantalla curvada de 15,54 por 7,92 metros. El proyector del centro lanzaba su imagen al medio de la pantalla, el derecho sobre su parte izquierda y el izquierdo sobre la zona derecha. La superposición de las tres imágenes provocaba una línea difusa vertical entre ellas, que no podía coincidir exactamente y que en vano se trató de disimular con accesorios tales como «peines» vibratorios. El costoso sistema suponía asimismo la modificación de las cabinas para los proyectores, que debían ser mucho más grandes y situadas más adelante en la sala, nuevas instalaciones de sonido estereofónico con parlantes distribuidos por toda sala y, por supuesto, triples proyectores especiales para rodar las películas.

La empresa *Cinerama* subsistió algunos años, gracias a la novedad del espectáculo, con films de viajes, donde la mayor emoción eran las escenas aéreas o el vértigo de un *carrousel* lanzado a toda velocidad. Más tarde, se intentó hacer films de argumento (como *La conquista del Oeste*, 1962-63), pero pasada la curiosidad inicial, el costoso sistema dejó de interesar; pocas salas estaban dispuestas a la reconversión de sus instalaciones para escasas superproducciones, donde la única atracción