

Mitos y héroes
« Nueva York » / Verano / Allá va mi retrato

Un mito es un **cuento o leyenda** (una historia) que intenta explicar o interpretar, de **manera metafórica y simbólica**, el mundo **enigmático e incomprensible** en el que vive el hombre, un mundo a veces espantoso y contradictorio. **Refleja las interrogaciones del hombre y sus aspiraciones**, en unos relatos **maravillosos, de personajes sobrehumanos**. El carácter **divino o excepcional** de los héroes revela en el hombre un **deseo de trascendencia y de sagrado**.

Según **las épocas y las circunstancias**, según las **representaciones y escenificaciones**, se pueden crear mitos nuevos o modernos (Che Guevara, encarnación del sacrificio por los ideales, nuevo Cristo, por ejemplo).

Nos hemos interesado en el Sueño americano, mito moderno de la **época post industrial**, que hace de América, o de los EEUU, **una tierra de oportunidades**, un país que ofrece la **promesa** de que **el esfuerzo siempre tiene recompensa**.

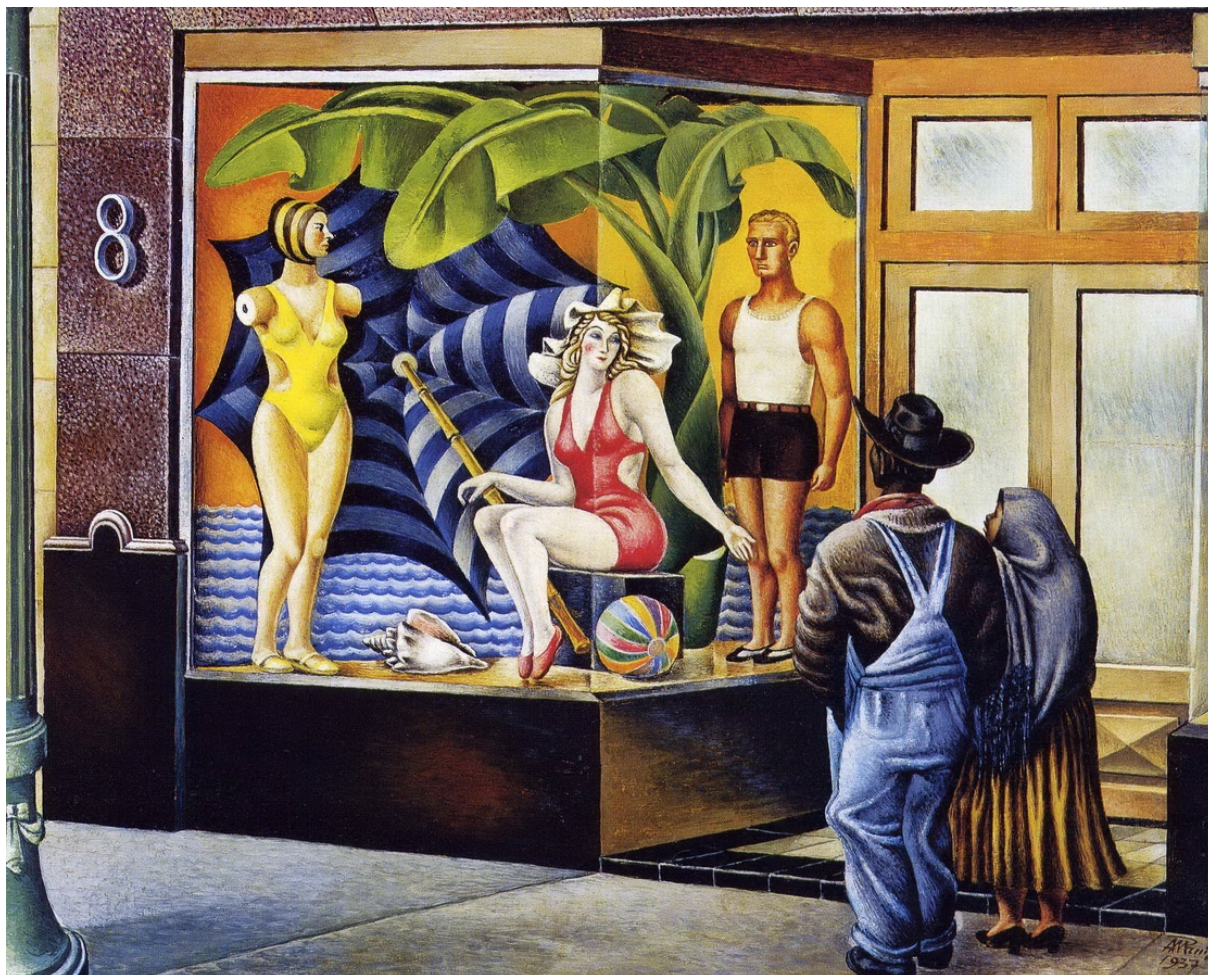
I. Introducción

El sueño americano: América = encarnación de todo lo posible, **tierra prometida**, de donde **partir desde cero** para triunfar o salir adelante por sí solo (*self made man*), con empeño y **trabajo**. El Instituto de Arte Moderno de Valencia (IVAM) presenta en estos momentos (2013) una exposición llamada *América, América* sobre la **fascinación** que ejercen los Estados Unidos y Nueva York desde los años 50: la portada del catálogo exhibe el **gigantismo** y la desmesura de los rascacielos, mientras los cuadros de Equipo Crónica o Eduardo Arroyo [bajo influencia del Pop Art americano] utilizan elementos del **cine** americano (coches¹, pin-up, gánsters, Mickey), como otros tantos objetos de la **codicia popular**.

¹ *América, ...*, p. 83 ; pp. 119 ; 138-139 ; 191 ; 210 ;

En América Latina, **el cuadro de Antonio Ruiz "El Corzo", Verano (1937)** opone a una pareja sureña de **campesinos mexicanos morenos y bajitos**, **el mundo ideal, brillante, coloreado e inaccesible de unos maniqués rubios, altos, delgados y ociosos**, ficticios veraneantes² de un escaparate, imágenes **urbana** de la alteridad, del éxito y de cierta idea del **Paraíso**.

Sin embargo, este mundo **visible** pero **protegido** por los cristales y una doble **puerta cerrada**, mundo de **placeres** y de ocio (pelota, playa, quitasol, bañadores, ...) es un **mundo petrificado, inmóvil, estático pues sin vida**. Frente a él se levanta la pareja campesina, imagen de un **mundo rural humilde, de labor** (prendas).



² Vacanciers.

II. Nueva York: ¿reflejo de la realidad?

Muchos latinoamericanos intentan pasar la frontera y alcanzar ese **Edén**, en una conquista difícil con muchísimos obstáculos. Algunos consiguieron la **fama** y logran ya representar el **éxito**, como Jennifer López (de familia portorriqueña). Etc.

Sueño y desencanto

-“**Nueva York**”, *Paraíso Travel*, 2002. Dos colombianos fascinados por el urbanismo y gigantismo de los EEUU, admirativos de la **sociedad de consumo, de las técnicas, del materialismo y del éxito**, emigran a Nueva York. El extracto presenta **dos** momentos claves -uno antes de la emigración y el otro después- así como dos mundos opuestos -el mundo imaginado por Reina y la realidad vivida por los inmigrantes-. La **visión idealizada** de la heroína, basada en **los tópicos del sueño americano** vehiculado por las películas (piso alto, libertad, blancura, comodidades, tiempo de ocio, electrodomésticos, perro y coche), elementos de un **progreso técnico y social**, choca con la evocación del **desencanto** experimentado en una **tierra de las oportunidades** que no siempre cumple con sus promesas. Marlón y Reina viven, en efecto, después de la emigración a los EEUU, en un “calabozo”, **lugar oscuro y subterráneo que sugiere el encarcelamiento que no la liberación**. Algunas reflexiones sobre las fotos de una prima (¿mentirosa?) que los engañaron confirman **el desfase, el desajuste** que existe entre **las aspiraciones y el fracaso, entre el sueño y la realidad** (“muñeco de nieve” / “monos en el polo norte”) y dejan **una impresión de engaño, de trampa**.

De la fascinación al rechazo y horror

Asimismo, esta **dualidad** que existe en las representaciones de América se encuentra en **un cuadro de F. Kahlo, *Allá va mi vestido*, de 1933**. Desterrada en Nueva York para acompañar a su marido Diego Rivera, que pinta **con entusiasmo** los avances técnicos de la industria en las paredes del Rockefeller Center, ella dibuja con nostalgia un vestido suyo vacío en medio de un **espacio urbano saturado** de rascacielos.

1. Elementos de **orgullo y progreso**

-**Modernidad** a través de las técnicas, el teléfono, las fábricas y a través de la creación de un mundo **artificial**, con estructuras de **acero y hormigón**, columnas (años 30, Lorca), de gran verticalidad. El **trofeo** en una de las columnas de delante señala **el éxito, el premio, los laureles**, tal vez por todas esas **innovaciones técnicas**.

-**Encarnación del mito americano, el monumento al Presidente Abraham Lincoln**, hombre humilde que llegó a las cimas más altas del poder y votó por la emancipación de los esclavos y, tal vez, en la probable presencia de **Ellis Island**, tierra de los inmigrantes venidos de Europa por barco, cerca de la isla de la **Estatua de la Libertad**.

2. La otra cara de la moneda

-Sin embargo, **la cita es irónica** al situar la estatua, **diminuta**, delante de un monumento que parece ser la **Bolsa de Wall Street**, monumento subrayado por un gráfico de resultados económicos. En efecto, la representación de los **tres pilares** de la sociedad americana, sitúa a la industria a la derecha, a la religión (¿Capilla de San Pablo de Nueva York?) a la izquierda y, **en el centro a la Bolsa, elemento clave de una economía capitalista cuyo motor y valor es el provecho**. Si miramos bien, por otra parte, en la ventana de la iglesia aparece la sigla del dólar, otra manera de burlarse de una **sociedad cuya espiritualidad se manifiesta en una especie de culto al dinero, una sociedad cuyo dios es el dinero**.

-**Deshumanización**: aparte de una **representación estereotipada** de la feminidad a la izquierda, imagen de la seducción cinematográfica (“girl de Broadway”), tal vez también imagen de la emancipación, sólo aparece el vestido vacío de la pintora, **imagen de la ausencia**. El resto del paisaje se compone de **objetos materiales funcionales** e útiles (reloj, puente de Brooklyn abajo, silueta industrial formada de tubería), muchas veces de líneas rectas y ángulos. Por fin, a la derecha del primer plano vislumbramos unos **desechos sangrientos** en la basura, **elementos** de una **humanidad fragmentada y destrozada** (mano, corazón y huesos), desperdicios cerca de la alcantarilla (égouts), lugar de la suciedad.

Se impone pues **un mundo de irrisorio pragmatismo** cuyo **trofeo más visible es la mancha blanca** que forma la taza o el inodoro del retrete, proeza ridícula.

Conclusión

Los documentos dan una visión crítica y burlona del mito del Sueño Americano señalando que no es más que un **sueño** o sea una **ilusión**. Aunque **no podemos negar la atracción** que ejercen los EEUU desde el siglo XX, el mundo hispánico, y el latinoamericano aún más, muchas veces víctima de algunas de sus actuaciones (cf. El imperialismo denunciado en Norte-Sur), pronto **denuncia un espejismo falaz** (mirage trompeur) desde los años treinta.

En la serie de los Mickey (Equipo Crónica, *América, América*, 1965, España) **sonrientes**, encarnaciones del **héroe popular, ingenuo y simpático**, imagen del **mundo infantil y maravilloso** de Walt Disney, se cuela / se mezcla, solapadamente, una representación de la **explosión nuclear de Hiroshima**. Luego la serie continúa, **como si nada**, como si tal cosa (comme si de rien n'était), con la misma imagen de la **felicidad**. El héroe no se inmuta, no se detiene a reflexionar, encarnación de cierto olvido o ceguera (aveuglement). Así es como los españoles logran denunciar cierta **hipocresía de la sociedad americana**, capaz de lo peor.

Equipo Crónica, *América, América*, 1965

