

A propósito de la Agencia

Por María Victoria Portelles.
Epílogo al *Manual para la conformación
de una idea incompleta del mundo*,
libro de artista y trabajo de tesis,
Instituto Superior de Arte / 06.2004

Cada levantamiento es susceptible de convertirse en un **destino El Aleph**. El *Manual* es un destino en ciernes, porque el lanzamiento de un destino como tal precisa de la elaboración de una estructura para la recepción que tiene sus códigos propios. El *Manual* descubre para el otro las particularidades del método; los destinos de El Aleph no se dejan ver como productos de un proceso creativo determinado.

La *cartografía subjetiva* viene antes, aporta la metodología para la exploración de la exterioridad. La Agencia está pensada para ser el medio para compartir con el otro ideas que desembocan en experiencias muy individuales; lo cual puede ser la respuesta a la pregunta: “¿cómo se comunica una experiencia?” La Agencia recupera la experiencia perdida por el medio de representación utilizado como instrumento cartográfico.

La *cartografía subjetiva* como actividad en la que el recorrido se privilegia es también una forma de viaje. Las *experiencias de exterioridad* generadas por el recorrido individual (que no siempre se efectúa tácitamente en el plano físico, pues puede ser, por ejemplo, en el sentido de la mirada) son recuperadas por la Agencia en la forma de una experiencia que se hace colectiva, para la vivencia del otro; en lo que podría llamarse un mecanismo desalienador.

Por eso los destinos del Aleph son de carácter simbólico; es decir, son un producto simbólico. Cada destino tiene un sentido en sí mismo, lo que significa que son reflexiones de exterioridad o sobre la exterioridad:

-Ya sea sobre elementos convencionales provenientes de la geografía o cualquier otro sistema de representación o apropiación de la exterioridad.

-Ya sea sobre la idea de tener experiencias en los espacios de *afuera* (*experiencias de exterioridad*) en oposición a la relación que se establece con los lugares a partir de un mapa o una representación (relaciones de imposibilidad)

-Ya sea sobre la imposibilidad de llevar a cabo por mí misma los recorridos propuestos; entonces la agencia se convierte en la proyección de mis propios deseos. En este sentido los itinerarios tienen mucho de simulación.

(-Ya sea sobre el tipo de relaciones con la exterioridad que brinda la institución del turismo como industria –su carácter predeterminado, sus

lugares-clichés, sus seudodescubrimientos. El Aleph como agencia de viajes debe seguir un camino distinto.

-Ya sea sobre la pretensión de vivir los espacios de manera diferente a la habitual: a través de situaciones creadas, a través de acciones desarrolladas por los miembros del Dpto. u otros artistas interesados.)

Las prestaciones de la Agencia están orientadas a una relación simbólica con la exterioridad, hacia la exploración de un territorio que se convierte en novedad dado el acercamiento que se tiene hacia él, desde una *geografía subjetiva o simbólica*; es decir, desde el descubrimiento de la realidad de los entornos en un sentido inverso al que podemos experimentar frente a un mapa, esto es el problema de la mediación (nos damos cuenta que un mapa no es fuente de ninguna *experiencia de exterioridad*). El objetivo de la Agencia es proponer una relación simbólico-subjetiva con la exterioridad que discursa sobre el propio proceso de relación con la exterioridad.

El Aleph, nombre de la Agencia, está tomado de un cuento de J. L. Borges, y se trata de un punto donde están contenidos todos los lugares del orbe vistos desde todos los ángulos. Se trata de una agencia de viajes que tiene la "pretensión metafórica" de ser el medio para el descubrimiento de todos los lugares... El Aleph es ciertamente un imposible, como imposible es el conocimiento absoluto, focalizado en este caso en el conocimiento o exploración del mundo. El Aleph es sólo posible en función de la propia subjetividad.

El destino debe ser experimentado para lograr una efectividad ideal (para esto también es necesario un usuario ideal). Los destinos de El Aleph son pura compleción; o sea, la acción del usuario es el complemento. En ausencia de un usuario ideal, cuando los recorridos no llegan a realizarse, los destinos de El Aleph se convierten en "inexistentes". Sin embargo, es en el sentido de la idea y en la conformación o imagen mental del mismo que este es concretado. Desde este punto de vista también opera el proceso de compleción (pero a nivel mental). Por ejemplo, la realización del paralelo 23°00' con los usuarios de la Agencia alrededor de todo el globo pudiera no llegar a efectuarse, pero podemos imaginarlo. De alguna manera un día específico, a determinada hora, habrá muchas personas "conectadas" a través del paralelo.

La Agencia debe funcionar entonces por estimulación, a través de una infraestructura de divulgación similar a las de las agencias turísticas corrientes, pero con una manera de operar distinta, por cuanto puede hacer uso de circuitos marginales o del camuflaje dentro de los propios circuitos de divulgación ya existentes.

La idea de El Aleph tiene además mucho que ver con la dimensión de los sueños, del deseo. "Todo lugar soñado es un destino El Aleph". La Agencia opera con la idea de satisfacer sueños, y a la vez con ese nivel importante de imposibilidad que también tienen los sueños. La paradoja existe de principio a fin. Los levantamientos de la *cartografía subjetiva* siguen cada vez más una ruta que se dirige hacia la creación de un Aleph...