

LA METAFORA NARCISISTA EN EL SPOT PUBLICITARIO

JESÚS GONZÁLEZ REQUENA
AMAYA ORTIZ DE ZÁRATE

Hay en este *spot*, como en muchos otros, un llamativo desajuste. Nos referimos a la desproporción que media entre el acontecer narrativo enunciado —una camisa, en este caso, que ha sido lavada— y el desmedido gesto de la actriz que lo acusa. Pero debe advertirse que, propiamente, no se trata de una onomatopeya: el hecho narrativo, en sí, no es desmesurado. El gesto, en otro contexto —en el de un cierto goce— tampoco. La desmesura nace, pues, de la puesta en relación de ambos: sólo como efecto de ese hecho el gesto se descubre hipertrófico y, en la misma medida, inverosímil. ¿Por qué la desmesura?. Sería ingenuo, en todo caso, catalogarla de gratuita; demasiados *spots* recurren a ella y, diríase, de manera sistemática: oliendo el aroma del café, limpiándose los zapatos, comiendo un yogurt, conduciendo un coche o aspirando un inhalador, en los rostros de los actores de muchos *spots* emergen las huellas de goces inesperados. Y tan intensos que incluso la cabeza se levanta sobre la nuca diríase, muchas veces, que el objeto publicitado tuviera propiedades semejantes a las de la cocaína. Sin duda, en el registro retóri-

co del *spot* —aquel en el que éste, si es el caso, se despliega de forma argumentativa, procurando convencer—, el gesto se percibe necesariamente como hipertrofiado, hueco, gratuito. Y, finalmente, en la medida en que amenaza el buen orden de su lógica discursiva, inverosímil.

Pero es posible pensar que, en otro registro, no suceda lo mismo y la desmesura encuentre su pertinencia. Lo inverosímil, en todo caso, se descubre en seguida como algo que no es pasajero: son también totalmente inverosímiles los planos 5, 6 y 7 (en el interior de una lavadora que, como todo el mundo sabe, centrifuga, es sencillamente imposible —o, más bien, inaudito— que el detergente pueda desplazarse direccionalmente y mantener su intensidad y el perfil de sus límites, como es imposible —y todavía más inaudito, si cabe—, por la misma razón, además de por las obvias limitaciones espaciales, que la camisa pueda flotar desplegada de esa manera). Aún cuando se intentara, tampoco sería de recibo tratar de justificar estas últimas inverosimilitudes desde un punto de vista pedagógico —y, por tanto, explicarlas desde una economía retórica—: no se trata tan sólo de distorsiones en el espacio y en el tiempo, sino de bien patentes confusiones de concepto que afectan a los procesos más elementales de funcionamiento de las lavadoras automáticas, de los detergentes que trabajan en ellas y muy especialmente, en este caso, de la bola dosificadora. Debemos, pues, buscar en otra dirección. Tratar de reconocer la pertinencia de todos estos rasgos desde otra lógica, la de otro registro. Volvamos, para ello, a nuestro punto de partida. Si la magnitud del gesto no corresponde a la del hecho y si no resulta viable justificar en términos retóricos tal desajuste, cabe la posibilidad de pensar que éste posea una razón, incluso en sentido matemático. Es decir:

$$\frac{I}{S} = \frac{\text{GESTO}}{\text{HECHO}} = \frac{\text{GOCE}}{\text{LAVADO}}$$

He aquí dos planos, dos niveles —llamémos-

los, provisionalmente, plano I y plano S—, y seguramente, vamos a tratar de justificarlo, dos registros. En ambos se acusa la irrupción del objeto y, en cada uno de ellos, de manera específica, bien diferenciada:

I	OBJETO EN I		SUJETO		GESTO		GOCE
—	—	ACTUA SOBRE	—	PRODUCIENDO	—	DE	—
S	OBJETO EN S		OBJETOS		HECHO		PRAGMATICO

En suma: a un lado, el goce, al otro la eficacia práctica. Ambos registros poseen su propia coherencia, pero ésta responde en cada caso a lógicas bien diferenciadas. Lo que se observa de inmediato al investir las categorías con sus valores figurativos:

DETERGENTE EN I		MUJER		GOCE
—	ACTUA SOBRE	—	PRODUCIENDO	—
DETERGENTE EN S		CAMISA		LAVADO

El plano S es sin duda el de la *realidad* y da pie a un cierto ordenamiento argumentativo del *spot*, la descripción de la eficaz actuación del detergente. Sin embargo, como ya hemos anotado, está contaminado por flagrantes inverosimilitudes que enturbian su buen orden discursivo. A su vez, el plano I posee también su propia coherencia, pero ésta tiene la forma del delirio (un detergente provoca el goce de la mujer; recordémoslo, su gesto está más allá del contento, la alegría o el entusiasmo: acusa en qué medida su cuerpo se ha visto conmovido). Una cierta fantasía, un cierto delirio, se dibuja en él, sin duda, y en él el objeto publicitado desempeña el papel de fantasma.

I	=	GESTO	=	GOCE	=	DELIRIO	=	OBJETO FANTASMA
S	=	HECHO	=	PRAGMATICO	=	REALIDAD	=	OBJETO EMPIRICO

La mejor justificación de esta interpretación será a la vez la que nos pueda permitir formular la razón de la desproporción que se encuentra en el corazón mismo del *spot*. Bastará para ello con demostrar que las inverosimilitudes que enturbian el buen orden argumentativo del discurso constituyen sin embargo elementos pertinentes en su plano delirante. Y no sólo ellas, sino todo aquello que no encuentre justificada su pertinencia en el pla-

no retórico-argumentativo. Por lo demás, es posible reconocer, en la organización discursiva del *spot*, un mecanismo que invita constantemente al espectador a establecer contacto con su registro delirante. Nos referimos a la sucesión de microdispositivos de suspense —ya sean propiamente narrativos o, tan sólo, discursivos (1)— que se suceden a lo largo de su primera mitad.

El primero, destinado a captar de inmediato la atención del espectador, gira sobre la entidad del objeto que se encuentra en contracampo y sobre el que la mujer dirige la mirada en el instante en que comienza el *spot*. Luego, en las exclamaciones que siguen, una vez que la mujer mira ya a la cámara —al espectador—, se relanza de inmediato la expectativa:

1. "Lo ha hecho. Incluso en frío, lo ha logrado.
2. La mancha ha desaparecido.
3. ¡Ah!
4. Me ha salvado la camisa."

Como puede observarse, el segmento 1, a la vez que es intensamente asertivo y exclamatorio, mantiene la incertidumbre tanto sobre el sujeto como sobre el predicado de las dos frases: ¿quién *ha hecho* qué?, ¿quién ha sido capaz de hacerlo, *incluso en frío*? Y si bien, en los tres segmentos que siguen, se comenzará a esclarecer el suceso, no dejará de ser relevante la permanencia en elipsis del sujeto de estas dos primeras frases, al igual que la evitación del término que expresaría con precisión el hecho en cuestión (*lavado*). En suma, sin nombrar ni al sujeto ni al hecho, se desplaza el discurso verbal de la mujer hacia la proclamación de los efectos de la acción.

(1) Entendemos por suspense discursivo el consistente en la promesa, y en su consiguiente aplazamiento, del desvelamiento de un determinado saber. Es producto, por tanto, de la economía de distribución de la información en el discurso. Se trata, pues, de un suspense que depende no de la llegada —y la demora— de determinados acontecimientos, sino de la promesa —y de la puesta en suspenso, con los consiguientes golpes de efecto— de la emergencia de cierta verdad deslumbrante.

Pero no sólo esto. En estos tres últimos segmentos existe una muy calculada gradación. Pivotan todos ellos sobre el tercero, es decir, sobre el que acusa más explícitamente el goce de la mujer (ya hemos visto cómo su exclamación se prolonga en un gesto algo que bordea la convulsión corporal). Y sólo después de ésta, en el segmento 4, aparece la primera palabra (*camisa*) que alude de manera precisa al acto de lavado, aún cuando insistamos en ello, sin nombrarlo explícitamente. Puede afirmarse, desde luego, que en el segmento 2 ha aparecido ya la palabra *mancha*, pero no es menos cierto que, a estas alturas del discurso, no existe indicador alguno que impida entenderla metafóricamente —debe advertirse, a este propósito, que la intensidad del goce parece corresponder mejor a la desaparición de una *mancha* metafórica que al lavado de la *mancha* de una camisa; más tarde descubriremos, además, que la mancha es intensamente roja. Pueden ser oídas, pues, dos *manchas*: una literal y otra metafórica:

$$\begin{array}{c} \text{I} \\ \text{— MANCHA} \\ \text{S} \end{array} = \frac{\text{METAFORICA}}{\text{EMPIRICA}} = \frac{\text{GOCE}}{\text{HECHO PRAGMATICO}} = \frac{\text{DELIRIO}}{\text{REALIDAD}} = \frac{\text{O. FANTASMA}}{\text{O. EMPIRICO}}$$

Además, no puede ignorarse, en este sentido, la expresiva inflexión reflexiva de la última frase, que demora hasta el final (de la frase, pero también del conjunto de los cuatro segmentos) la emergencia de la identificación de aquello que ha sido *salvado*. Debe tenerse en cuenta que, en esta ocasión, el dispositivo de incertidumbre afecta a la posibilidad de que, en vez de que la frase se resuelva transitivamente:

“*Me ha salvado la camisa.*”

se cierre antes de manera intransitiva:

“*Me ha salvado.[.. la camisa].*”

Ni que decirse tiene: en esta configuración intransitiva, que resolvería la frase de una manera absolutamente reflexiva, la mujer sería *lo salvado*, es decir, el predicado de la acción de un sujeto enigmático. En la réplica que sigue, proveniente de una voz masculina que se mantendrá siempre en off, se repite de nuevo la misma estrategia suspensiva, si bien esta vez cobrando explícitamente la forma de

incógnita que se presenta además segmentada en tres preguntas-respuestas sucesivas:

“*Esta mujer...*”

1. *¿Tiene sólo una camisa?*

2. *¿Se ha vuelto loca?*

3. *¿O ha descubierto Dixan líquido?”*

Una vez más, el nombre del agente protagonista del acontecimiento se demora hasta la última frase. Y, además, sigue ausente el término denotativo apropiado (*detergente*) y en su lugar, aparece un nombre propio (*Dixan*). Como ya hemos advertido, todo en esta réplica responde a la misma estructura del bloque anterior, pero con la variante de la explicitud. Ahora, la voz masculina sugiere muy explícitamente otro registro del discurso que escapa a aquel, bien pragmático, en el que se habla de un detergente que sirve para lavar la ropa. Es necesario, por ello, tomarse muy en serio las respuestas posibles que propone. Que, hoy en día, una mujer como la que la imagen muestra sólo tenga una camisa es, sencillamente, inconcebible. La pregunta rechaza pues la lógica del discurso argumentativo. Es necesario apelar de nuevo al otro registro y, siguiendo la cadena abierta por la *mancha*, hacernos cargo de la *camisa* como metáfora. Pues bien: ¿qué puede ser eso de lo que la mujer sólo tiene uno (“*Tiene sólo una camisa*”), que puede ser perdido, que debe ser salvado (“*Me ha salvado la camisa*”) y cuya pérdida puede constituir una mancha (“*La mancha ha desaparecido*”) que afecte profundamente a la mujer (“*Me ha salvado*”)?).

Todo parece indicar que es aquí la virginidad —pero no sólo eso, volveremos a ello— lo que se pone en juego (la camisa está en contacto directo con la piel, envuelve, protege, cierra... y es de tela) y, con ella, toda una cadena de asociaciones metafóricas habituales en el mundo de los detergentes: *limpieza*, *blancura*, *pureza*... La segunda alternativa —“*¿Se ha vuelto loca*?”— nombra por fin, con extrema explicitud, el delirio. Es decir: el propio *spot* se hace cargo del gesto desmesurado y lo identifica como delirante *sin por ello rechazarlo como innecesario*. Realmen-



te: la mujer se ha vuelto loca —de goce. Sobre esta alternativa —que equivale al “¡Ah!” anterior— pivotan las otras dos, pues constituye la bisagra que conecta las relaciones entre los dos registros. O en otros términos: en este *spot* la disyunción no debe engañarnos, *las tres alternativas son ciertas y complementarias*, pues *sobre ellas se articulan los dos registros en los que el spot se desenvuelve*. En el plano 2 se repite, por tercera vez, el dispositivo de suspense, aún cuando esta vez se desarrolla totalmente en el ámbito visual. Sobre un fondo intensamente azul y aparentemente nocturno —*noche americana*— una figura negra y enigmática se yergue. Sólo en un segundo momento, según se aproxima y va girando sobre sí misma a la vez que se carga de luz —algo así como la aparición de la estrella en lo alto de la escalera del *music-hall*—, descubrimos que se trata del frasco del Nuevo Dixan Líquido. Se ha mantenido la incertidumbre hasta el último momento, sin duda. Pero sobre todo, esta incertidumbre ha permitido un cierto lapso de tiempo en el que una forma negra, poderosa y erecta se dibujaba en el plano con la vaguedad del fantasma. Una forma, en suma, fálica, y sólo después, un frasco de detergente. Los dos registros, de nuevo, manteniendo su acompasado despliegue.

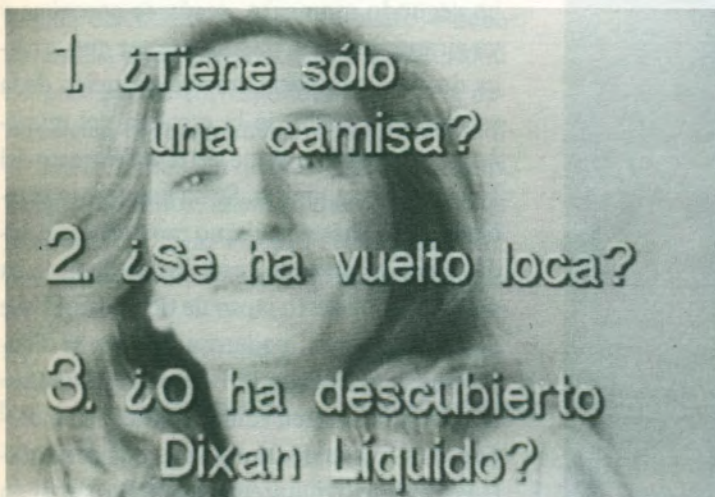
Aceleremos un poco nuestra descripción. Un chorro de líquido llena la bola dosificadora (plano 3); ésta, a su vez, penetra, de la mano de la mujer, en el interior del redondo tambor de la lavadora que llena todo el cuadro (plano 4). Y, a continuación, se desencadenan las más gruesas inverosimilitudes. En un universo cerrado, interno, líquido, apacible —pues, como ya advertimos, la lógica delirante exige aquí excluir toda referencia al centrifugado— flota desplegada — y con *los brazos acogedoramente abiertos*— una camisa de mujer que tiene una mancha roja. Hacia ella se dirige, expandiéndose pero sin ver nunca desdibujados sus perfiles, manteniendo siempre su vector direccional, una densa masa blanca, que, necesariamente, penetra la tela y... ¡hace desaparecer la mancha roja!. Por una parte, pues, una descripción que se



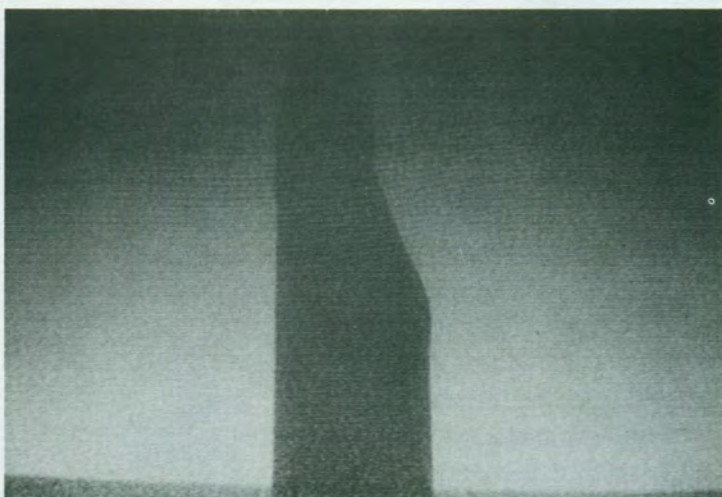
1a



1b



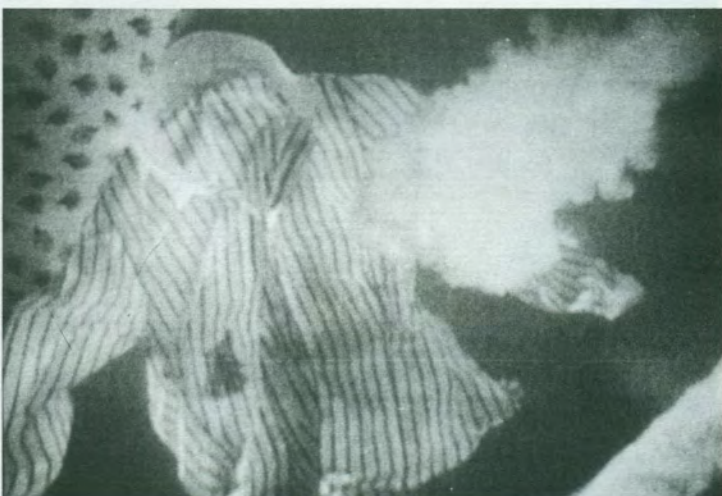
1e



2a



5



6



1c



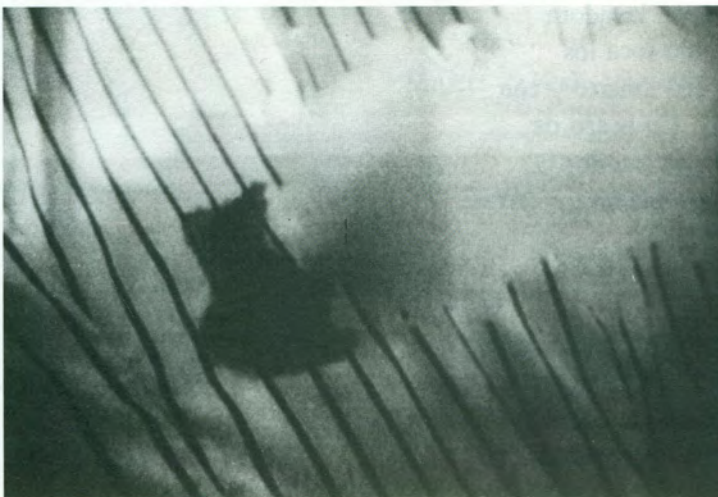
1d



2b



4



7



9

PLANO 1

Mujer: *“Lo ha hecho. Incluso en frío, lo ha logrado. La mancha ha desaparecido.*

Ah! Me ha salvado la camisa.”

Voz off masculina: *“Esta mujer...*

¿Tiene sólo una camisa?,

¿Se ha vuelto loca?,

¿O ha descubierto Dixan Líquido?”

PLANO 2

Voz off masculina: *“Sí, ha descubierto...”*

PLANO 3

Voz off masculina: *“...el nuevo Dixan líquido con bola dosificadora...”*

PLANO 4

Voz off masculina: *“... que penetra mejor en los tejidos.”*

PLANO 5

PLANO 1

Mira hacia abajo y luego a cámara.

Levanta la cabeza y mira radiante por encima del hombro.

Se congela la imagen.

Se sobreimpresiona sucesivamente:

1. *¿Tiene sólo una camisa?*

2. *¿Se ha vuelto loca?,*

3. *¿O ha descubierto Dixan Líquido?”*

PLANO 2

Sobre fondo azul, se yergue una forma vertical.

Se aproxima a cámara a la vez que gira sobre sí misma y recibe una luz resplandeciente:

sólo entonces se identifica como un frasco de Dixan.

PLANO 3

GPD de la bola (azul oscuro, blanco, y azul claro) sostenida por una mano femenina. En su interior se vierte líquido proveniente del frasco de Dixán. Fondo azul oscuro.

PLANO 4

PP del tambor de una lavadora automática (el círculo toca los límites de la pantalla) abierto y con ropa en su interior. Un brazo de mujer introduce en su interior la bola dosificadora y comienza a cerrar el tambor...

PLANO 5

Lo que se supone (contra toda lógica espacial) el interior de la lavadora, pero no se ve ropa alguna. Sólo una masa blanca, densa, algodonosa, de detergente que avanza y se expande (sin por ello perder ni su densidad ni sus bien perfilados límites) en diagonal desde la esquina superior derecha a la inferior izquierda del cuadro. Cuando está llegando a ésta, FUNDIDO ENCADENADO

PLANO 6

Voz off masculina: *"llevándose totalmente las manchas."*

PLANO 7

Voz off masculina: *"...respetando tejidos y colores..."*

PLANO 8

PLANO 9

Mujer: *"¿Ves?, ¡Funciona!"*

PLANO 10

Voz off masculina: *"Dixan líquido, el nuevo campeón contra las manchas, funciona."*

PLANO 6

En el agua, se supone —aunque, de nuevo, con total inverosimilitud espacial y de posición— que dentro de la lavadora, la camisa flotando totalmente extendida, como con los brazos abiertos, tiene una mancha intensamente roja. Desde la esquina superior derecha del cuadro desciende, en la misma diagonal del plano anterior, la masa de detergente.

ENCADENADO

PLANO 7

Gran Plano Detalle de la masa blanca llegando hasta la mancha roja y penetrándola.

FUNDIDO ENCADENADO

PLANO 8

Gran Plano Detalle equivalente al anterior pero ya desaparecida la mancha.

PLANO 9

Primer Plano Corto de la mujer que, cantarina y pizpireta, coloca la camisa limpia sobre su cuerpo y la exhibe con satisfacción.

PLANO 10

Primer Plano de ropa limpia y doblada, con la bola dosificadora sobre ella y, a su lado, el frasco de Dixan. El fondo, primero oscuro, se ilumina, y sobre la imagen se sob reimprime en letras rojas (también figura rojo la marca en el frasco) la palabra: "¡FUNCIONA!".

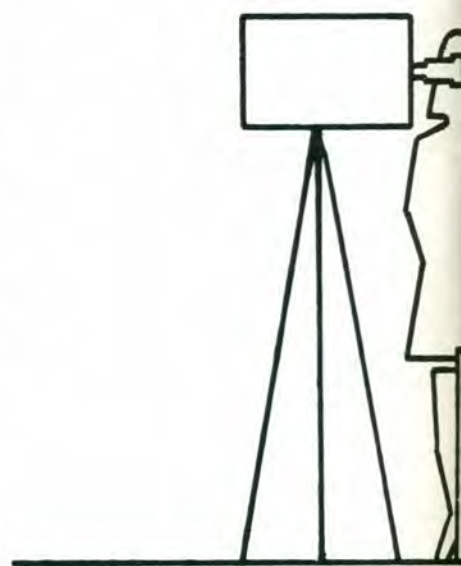
quiere pedagógica del proceso de actuación del Nuevo Dixan Líquido y su bola dosificadora. Por otra, una serie de rasgos inverosímiles que desprecian el más elemental saber técnico del espectador pero que sin embargo se amoldan admirablemente al relato de la mujer, de su *camisa* y de su *mancha*, en el que hemos visto introducirse dignamente esa negra bala de cañón o espada artúrica que penetra la tela (“*penetra mejor en los tejidos*”) y sin embargo restaura la camisa (“*respetando tejidos y colores*”), eliminando la roja mancha (“*llevándose totalmente las manchas*”).

Un relato, hemos dicho, delirante. Pero no porque enuncie simbólicamente un acto sexual (aunque aquí los *símbolos* son tan obvios que bordean la obscenidad). Nada de eso: infinidad de relatos muy sensatos lo hacen; por lo demás, nombrar el acto sexual es una de las tareas prometeicas del símbolo y el símbolo, allí donde cumple su labor —lo recordará quien conozca el texto lacaniano—, está en las antípodas del delirio. Propiamente delirante, en cambio, porque aquí el acto sexual —una de las experiencias más densas y difíciles de la experiencia humana, por mucho que los *spots*, en el cine de los sesenta-setenta y Mayo del 68 afirmen lo contrario—, lejos de marcar inexorablemente al sujeto constituyendo siempre una experiencia irreversible, se descubre *reversible*, capaz de borrar sus propias huellas y devolver al cuerpo de la mujer su más absoluta integridad. El delirio, en suma, porque una de las cláusulas esenciales del funcionamiento simbólico del relato —la irreversibilidad del acontecer narrativo, de la que depende la elaboración del tiempo como pérdida —desaparece para dar pie a una delirante metáfora de plenitud narcisista. En ella reencontramos, por lo demás, la otra dimensión de esa *camisa* de la que la mujer sólo tiene una. La virginidad, dijimos, pero no sólo eso; aquí la virginidad no cierra la expansión de la metáfora narcisista sino que la relanza y la prolonga. Constituye a su vez un operador metafórico que remite a aquella *camisa* cuya propiedad definitoria es ser única o, mejor dicho, delimitar al indivi-

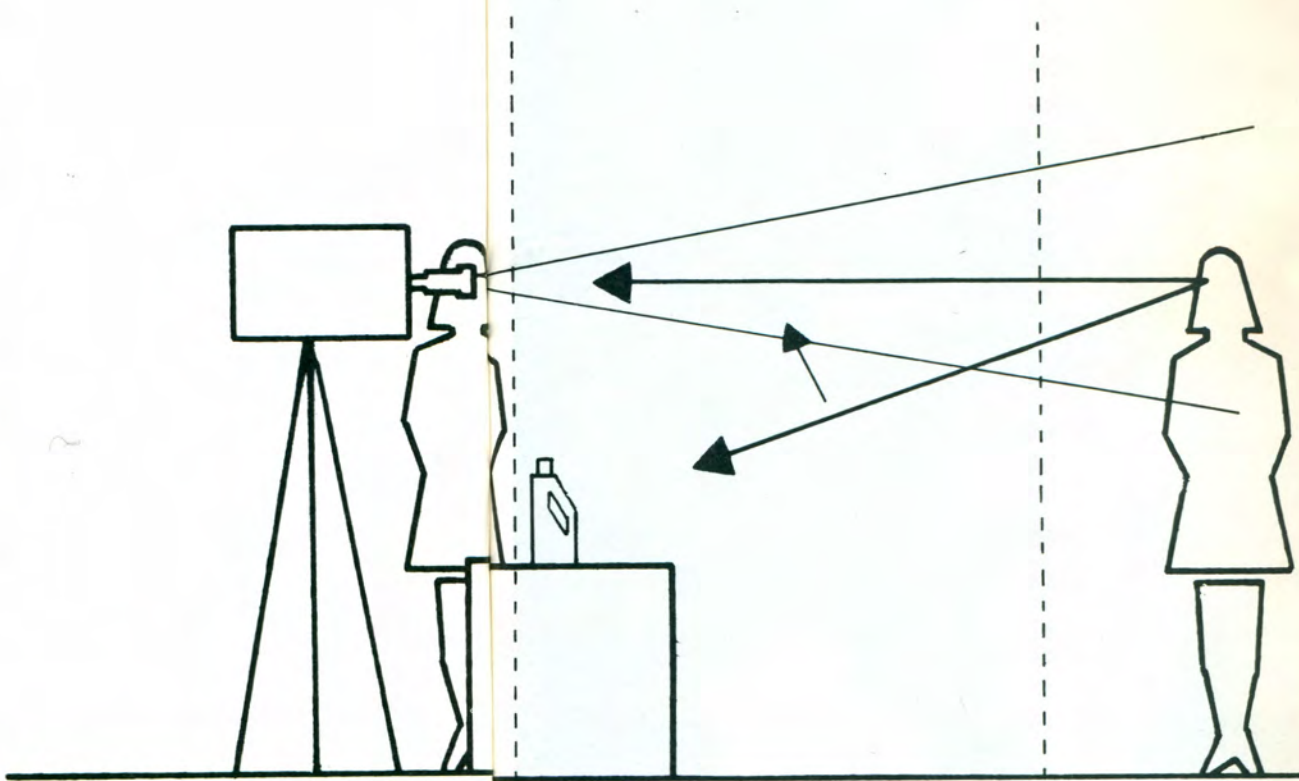
duo, separarlo del mundo, y configurarlo además como una identidad diferente de cualquier otra, como distintas son las experiencias que recibimos a través de ella: *la piel*.

Pues bien, una piel siempre deseable (¿acaso no es tarea del deseo investir y rodear el cuerpo como una camisa?), siempre continua, sin orificios y sin mácula, jamás erosionada, ni perforada, ni ensangrentada, indemne, en suma, al tiempo y garante absoluta de la unidad del cuerpo. La mujer, esa mujer que, exultante, nos mira a los ojos en el plano 10, proclama tener literalmente *todo*: el goce, la *camisa*, la ausencia de *mancha*, y el objeto que “*¡Funciona!*” (Y a la vez, en el subsuelo del *spot*, como su imagen negativa, inconfesada pero amenazante, la angustia del cuerpo fragmentado, horadable por el tiempo y citado con la muerte). Es este un buen momento para retornar al comienzo, a esa mirada de la mujer sobre la que reposa el primer golpe de efecto del *spot* y, según los profesionales de la publicidad, el decisivo. ¿Hacia dónde mira esa mujer?. Recordemósllo: mira en diagonal, de arriba a abajo, hacia contracampo. Pero, ¿a qué contracampo?. ¿Al homogéneo, a aquel en el que se encuentra ella misma y su mundo, o al heterogéneo, desde el que la contempla el espectador?. La respuesta inmediata, ingenua, dirá que al objeto (¿la camisa restaurada? ¿el frasco de Dixan?). Pero, ¿sobre tan poca cosa realiza el *spot* su máxima apuesta?. ¿Es que eso tendría por sí solo fuerza suficiente para atraer la atención —y la mirada— cansada del espectador?. Y en todo caso, de ser así, ¿por qué está colocado ahí, precisamente ahí, el objeto?. ¿Por qué en *off*, oculto a la mirada del espectador?. Y sobre todo: ¿no es menos cierto que *en ese mismo plano, sin solución de continuidad alguna, la mujer pasa a mirarnos a los ojos*?.

Pero esto no debe extrañarnos. En muchos *spots* recientes se juega con la ambigüación del estatuto espacial de la mirada a cámara: así, la mirada del actor puede ser entendida, a la vez, como dirigida al espectador que se



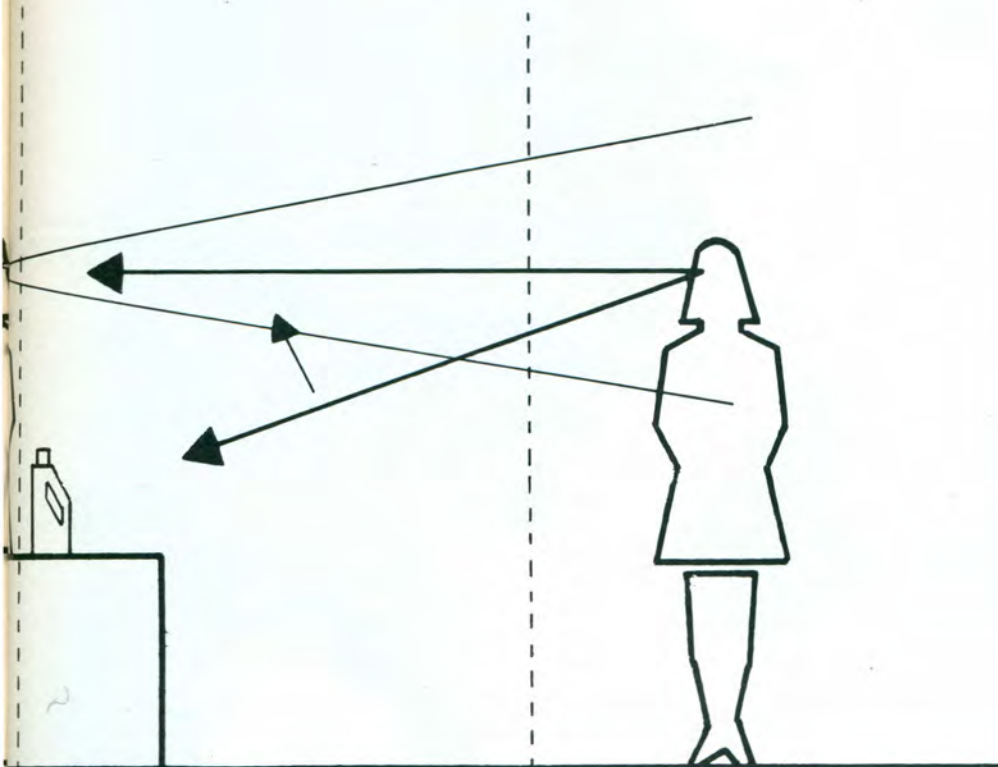
OFF HETEROGENE



OFF HETEROGENEO	OFF HOMOGENEO	IN
-----------------	---------------	----

encuentra en contracampo heterogéneo o como dirigida a otro actor u objeto del *spot* y, en tanto tal, ubicado en espacio *off* homogéneo. La función de esta ambigüedad consiste generalmente en identificar a ese segundo personaje u objeto como inscripción escénica del espectador a quien, en cualquier caso, se mira siempre, pues sobre él pivota la interpelación global del mensaje publicitario. En último extremo, por ello, la configuración espacial del *spot* se articula sobre dos espacios entre sí heterogéneos: el de la escena espectacular que ocupan el objeto y el actor del *spot*, y el espacio que habita el espectador. Y su relación mutua es siempre, finalmente, la del espejo (2): todo, en la escena espec(ta)cular del *spot* está ahí para el espectador, para satisfacer su deseo. Ante él, para él una figura narcisista absoluta se exhibe: *Sí, yo estoy aquí para tí, yo soy tu deseo, tengo tu deseo, tengo lo que tú deseas*. O también: *Lo tengo, lo soy. Y estoy aquí para tí. En la medida en que entras en mi juego, recibes mi interpelación, eres uno conmigo. Lo eres. Lo tienes*.

Y bien, eso es lo que confirma el gráfico que cierra provisionalmente este artículo: en él puede reconocerse después de todo la eficacia de la mirada que abre el *spot*: una mirada que examina primero incrédula —¿Lo tiene?. ¿Funciona?— para luego, mirando ya a los ojos, proclamar que sí, que lo tiene (ella que lo mira, también el espectador que la mira y ha sido mirado allí donde la ropa, como decía Freud, tapa tanto lo que hay como lo que no hay). El *spot* publicitario no es un discurso hamletiano, mucho menos hemingwayano. No concede margen alguno para la duda. En su imaginaria narcisista todo objeto es el objeto absoluto —es decir: ocupa el lugar del objeto a—, todo hombre lo tiene y toda mujer lo es y también, como este *spot* repite incansablemente, además, lo tiene.



OFF HOMOGENEO

IN

(2) La fundamentación de esta hipótesis se encuentra en Jesús González Requena: *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, Cátedra, Madrid, 1988.

(coautora: Amaya Ortiz de Zárate), **Todo. La metáfora narcisista en el spot publicitario** en **Archivos de la Filmoteca**, nº 2, año I, junio/agosto 1989.

www.gonzalezrequena.com