

Avatares de la (in)diferencia: La mascarada de la sexualidad en el spot publicitario

Jesús González Requena y Amaya Ortiz de Zárate

Descripción

1. Una mujer joven, vestida de blanco, se introduce en una barca que descansa en la playa, muy cerca del agua.

Voz off masculina: Abre tu imaginación...

2. Una vez se ha sentado, se dispone a abrir su helado.

Voz off masculina: ...a...

3. Plano Detalle de sus manos comenzando a abrir el envoltorio del helado.

Voz off masculina: ...Sky.

4. Gran Plano Detalle de la blanca barra de helado que llena completamente la pantalla. Un chorro de chocolate líquido desciende sobre él recubriéndolo, al tiempo que la cámara panoramiza hacia la derecha siguiendo la caída del chocolate, hasta llegar a su extremo, mostrando entonces su sección circular y el negro centro formado por burbujas de chocolate.

Voz off masculina: Delicioso chocolate, exquisito helado, y en el centro burbujas de chocolate...

5. Esta imagen funde lentamente con un gran primer plano de la joven mordiendo la punta del helado, mientras cierra los ojos.

Voz off masculina: que se deshacen en tu boca.

6. Plano medio de la mujer: diríase que al tiempo que el helado desciende por su garganta, desciende ella en el interior de la barca; la cabeza cae completamente hacia atrás, movimiento subrayado por el brazo izquierdo, cuya mano sujeta su cabello, manteniendo siempre los ojos cerrados.

7. Plano General picado de la barca que ahora flota libremente en el agua, pero todavía cerca de la orilla.

Voz off masculina: ¿Te imaginas un placer...

8. Gran Plano General: la mujer y la barca descansan mar adentro, mecidas por un mar de azul más oscuro, más denso. Fundido:

9. Plano General de un enorme balandro.

Voz off masculina: ...así?

10. Gran Primer Plano de la muchacha que se incorpora en la barca, abriendo los ojos con gesto de sorpresa ante el hermoso balandro.

Voz off masculina: Abre tu imaginación...

11. Plano general que muestra en primer término la pequeña barca de la mujer y en segundo término el gran balandro. En él la silueta de un joven sujetando una cuerda. Ella se dirige a él con el movimiento de saludo de su brazo.

Voz off masculina: ...a...

12. Plano General Corto del joven lanzando el cabo de la cuerda hacia la barca de la chica (en dirección a la cámara). Fundido:

Voz off masculina: ...Sky...

13. El plano del balandro y el chico funden con un Gran Plano Detalle del helado mostrado de nuevo en su sección circular, pero ahora más próximo. Un travelling de aproximación nos conduce hacia el círculo de chocolate interior del helado. Fundido:

Voz off masculina: ...burbujas de chocolate...

14. Plano General de la muchacha tumbada de nuevo en la barca, que

descansa ahora en la playa, sobre la arena. Su cuerpo ocupa en pantalla exactamente el mismo lugar que en el plano anterior ocupaba el centro del helado, el círculo negro de burbujas de chocolate.

Voz off masculina: ...y déjate ...

15. Primer Plano de la muchacha que se yergue sosteniendo en la mano el cabo de una cuerda. El spot concluye con la sobreimpresión, en esta imagen, del logotipo del producto.

Voz off masculina: llevar.

Simbólica de la diferencia sexual

De lo que en la estrategia del spot se trata: de dirigir el deseo del espectador hacia el helado. ¿Qué deseo? Con indudable refinamiento, el spot pone en escena la diferencia sexual a través de una sencilla narración de halo romántico. En ella, tiene lugar la realización del deseo de una mujer muy joven: protagonizar un encuentro con el otro sexo, cuya figuración se manifiesta a través de la imagen distante de un apuesto joven, diríase un príncipe azul.

En una playa desierta y bañada por el sol, una bella joven de larga melena, vestido blanco y sombrero de paja, se introduce en una barca que descansa en la playa. Una indumentaria, la suya, que connota su juventud e inocencia, a la vez que sus finos rasgos y su melancólica pasividad sugieren un carácter soñador, mudable. Sería posible, incluso, rastrear la huella de films como *La hija de Ryan*, en los que la mujer acudía a la playa como única forma de huir de un monótono y asfixiante universo y buscar allí, junto al mar, la metáfora de un horizonte para su deseo.

Una mujer, pues, que anhela, que desea algo de lo que, todo parece indicarlo, nada sabe todavía.

Quizás por eso la barca en la que se tiende, y que la transporta, no bien ha mordido el helado, se mueve sin que medie voluntad o esfuerzo alguno por su parte —ella nunca tocará los remos, ni siquiera para marcar el rumbo. Desea, pero muy poco sabe de lo que mueve su deseo: se desliza, entonces, a la deriva, en la expectativa de encontrarlo.

Bien diferente es, en el encuadre semántico que el spot construye, el deseo masculino: activo, intensamente focalizado; frente a él, el deseo femenino es escenificado como flotante, difícilmente ligado a un objeto y, en esa misma medida, difícilmente satisfecho.

Tiene lugar, así, el despliegue de una cierta simbólica de la diferencia sexual. En ella encuentra su lugar el hiperbólico contraste entre el tamaño de la pequeña barca de ella, y el del gran barco en el que él navega, pero sobre todo la radical diferencia de sus posiciones actanciales; pues mientras la muchacha se deja llevar por las olas, el hombre, en cambio, navega realmente, conduce su barca, parece saber a dónde se dirige.

Pero es en cualquier caso el punto de vista de la mujer el que ordena la configuración visual del spot. Por eso, mientras su rostro, a la vez melancólico y deseante, nos es mostrado desde el primer momento, nada equivalente tendrá lugar por lo que al varón se refiere. En ausencia de todo plano próximo, su rostro nunca será perfilado, manteniendo siempre el halo de misterio que acompaña su aparición.

Encarna así, para ella, lo que se le opone y reclama en el campo del deseo; por eso son opuestos sus colores: blanco el vestido de ella, negro el bañador de él. Por lo demás, las acciones realizadas por la mujer –morder, saborear, imaginar, mirar, saludar– son acciones carentes de grandes efectos exteriores y por ello opuestas a las del varón, todas ellas eminentemente transitivas, performativas: navegar –manejar un barco– rescatar a la mujer, lanzarle una cuerda –una trenza, una alianza... pero también una áspera cuerda capaz de atar y sujetar la frágil barca de la muchacha. Queda así definida la posición del hombre como rescatador, salvador o, incluso, raptor, a la vez que la mujer es identificada como objeto deseable, cuyo alcance precisa la superación de ciertos obstáculos, realizándose incluso en contra de la voluntad femenina –aunque no de su deseo.

Discurso seductor

Hasta aquí, pues, el trazado narrativo y metafórico, en el spot, de la diferencia –y la distancia– sexual, en tanto condición del juego de la

deseabilidad. Tal es el procedimiento que permite la movilización del deseo del espectador en el texto que el spot constituye.

Ahora bien, ¿cómo se sitúa el objeto publicitario en este espacio simbólico? En términos narrativos, el helado comparece ahí como el desencadenante de la fantasía amorosa de la muchacha: el intenso, desbordante placer que la introducción del helado en su boca le produce –entregada a la voluptuosidad, cierra los ojos, se sumerge lentamente en el interior de la barca– da paso a un devenir narrativo –la barca flota a la deriva en el océano, hasta ser rescatada por un apuesto galán– de estatuto ambiguo, pues si bien termina resolviéndose como un sueño –la muchacha despierta tumbada de nuevo en la barca, que descansa en la playa, sobre la arena, en el lugar donde se encontrara al comienzo del spot–, algo, de ese sueño, permanece como huella resistente en la vigilia. Y no cualquier cosa: el cabo de la cuerda que el varón le arrojara desde su yate.

En otro campo que no es ya el de la narratividad, en ese en el que una voz en off masculina interpela explícitamente, incluso tutea, al destinatario del spot, se establece una más precisa delimitación de la posición del helado:

«Abre tu imaginación a *Sky*. Delicioso chocolate, exquisito helado, y en el centro burbujas de chocolate que se deshacen en tu boca. ¿Te imaginas un placer así? Abre tu imaginación a *Sky*, burbujas de chocolate y déjate llevar».

El relato de la pasiva navegación sin rumbo de la muchacha y de su encuentro con el otro sexo se desencadena, de manera muy precisa, como réplica e ilustración a una primera demanda bien imperativa –Abre tu imaginación a *Sky* –, que luego se prolongará en forma de interrogación –¿Te imaginas un placer así?

El relato se descubre, entonces, no como la estructura que vertebra el discurso, sino como una de las piezas de un discurso seductor que, lejos de articularse en forma narrativa, se configura como una interpelación explícita, enunciativa, de alguien que habla en nombre del helado a un espectador que, frente a la pantalla, escucha sus palabras y mira las imágenes que las ilustran.

¿Te imaginas un placer así? : las imágenes que siguen a esta interrogación funcionan, por tanto, en términos de comparación: el placer que el helado garantiza es señalado como equivalente al proporcionado por la

más bella aventura amorosa –volveremos en seguida sobre la abultada desmesura de este enunciado. Es en ese contexto donde el recurso al sueño encuentra su justificación retórica: tan convincente es el placer que el helado ofrece, como vívidas las imágenes de la aventura amorosa. En suma: que el helado *Sky* –su nombre exhibe sus pretensiones– ofrece mucho más que un agradable sabor: la apertura misma de la imaginación, y con un grado de intensidad tal que sus fantasías alcanzan la viveza misma de la realidad.

Objeto simbólico/objeto imaginario

Es hora ya de advertirlo: leído en su literalidad, el spot de *Sky* ofrece un producto del que se postulan virtudes alucinatorias. La cadena de imágenes que siguen a la introducción del helado en la boca de la mujer –gesto de éxtasis, caída de la cabeza hacia atrás, parcial desvanecimiento y posterior delirio–, si parecen a todas luces inverosímiles por lo que se refiere a un helado, resultarían, en cambio, bastante más convincentes, en extremo verosímiles, si su tarea fuera la de describir los efectos de una droga.

Que el helado se ofrece como objeto maravilloso, resulta pues evidente. Pero conviene cernir el sentido en el que este adjetivo puede ser aquí puesto en juego. Pues estamos en cualquier caso bien lejos de la función del objeto mágico en el cuento maravilloso: allí, la adquisición de éste debe ser lograda por el personaje a través de un cierto, y siempre dificultoso, meritoriaje –en el que la adquisición misma del objeto funciona como acreditación de su constitución en héroe–; por otra parte, el objeto mágico, en sí mismo, no ofrece placer, en nada colma el deseo del héroe; pero sí, en cambio, constituye la llave, la herramienta, que le permitirá proseguir en la búsqueda de su deseo. Su estructura es pues a la vez transitiva y simbólica: posibilita nuevos avances narrativos y nombra la recepción por el personaje de la dignidad de héroe, otorgada por quien está en condiciones de hacerlo.

Lo maravilloso del helado *Sky*, en cambio, se aleja en todo de la configuración del objeto mágico del cuento maravilloso en la misma medida

en que se aleja, retrocede de toda articulación simbólica para configurarse de manera exclusiva en el campo de lo imaginario. Un objeto que nadie otorga –que por lo demás, se sabe, puede ser comprado con facilidad en el mercado– se ofrece, sin presuponer esfuerzo alguno, como el todo del placer –de un placer no por imaginario menos convincente: recordémoslo, no tanto un sueño como cierto delirio. Un objeto, por lo demás, que a nada conduce –intransitivo, pues– y que nada significa –en tanto imaginario, carece de operatividad simbólica.

Ese vacío de significación, esa radical intransitividad, queda bien marcada, por lo demás, a través de la circularidad del relato. Lo hemos advertido: la narración termina con la protagonista en una posición idéntica a la que ocupaba en el comienzo; queda así negado todo posible recorrido, todo desplazamiento simbólico del personaje en el universo del relato.

De manera que el objeto publicitario se perfila como un operador netamente imaginario y, en esa misma medida, para nada simbólico. O en otros términos: identificado como el Objeto Absoluto del Placer; como el objeto capaz de colmar el deseo del sujeto devolviéndole la plenitud del narcisismo originario.

Objeto Absoluto: objeto, pues, indiferenciado –y, por ello mismo, asimbólico. Lo que se constata de manera ejemplar en su irrupción sobre ese campo simbólico –el de la diferencia sexual– al que, lo hemos anotado más arriba, el spot apela para movilizar el deseo del espectador: en tanto Objeto Indiferenciado, el Objeto Publicitario actúa borrando, disolviendo, el juego de diferencias, negando, excluyendo –¿pero no era esa la lógica del narcisismo primordial?– la diferencia sexual.

Metamorfosis imaginarias

Situémonos en el comienzo del spot: tres planos picados se encadenan en aproximaciones sucesivas (plano general / plano medio / plano detalle) sobre el helado. El tercero, plano detalle del helado sostenido por la mano de la muchacha, funde con un primer plano del helado –extradiagético, totalmente exterior al contexto del relato– llenando completamente

la pantalla, mientras un voluptuoso chorro de chocolate recubre su blanca superficie. Al mismo tiempo, la cámara se desplaza lo suficiente para mostrar, en el centro de la sección circular del helado, un esponjoso círculo interior de chocolate.

Tiene lugar entonces un nuevo fundido en el que el helado se metamorfosea ante la mirada del espectador en el rostro de la bella muchacha en el momento en que introduce en su boca y muerde la punta del helado: cierra los ojos, se recuesta, su cabeza cae hacia atrás. Se trata de la figuración del placer, de la entrega de la mujer al placer del helado.

Y bien: sin duda, ella lo tiene, eso, ese objeto que le garantiza, a ella sola, el dominio de su placer. Pero a la vez que tal enunciado se destila de la situación narrativa (la mujer que, sola con su objeto, se entrega a su intenso placer), las imágenes producen algo que tiene la forma de la metamorfosis: lentamente, la imagen del helado se convierte en la imagen de la muchacha. Es decir —es éste, sin duda, un enunciado delirante— ella no sólo lo tiene, sino que también lo es.

Más tarde, cuando la muchacha divise el gran barco del varón, un nuevo fundido tendrá lugar, pero esta vez en forma de metamorfosis entre el balandro y el gran plano detalle de la sección circular del helado (de su dulce círculo interior). Y, en seguida, encadenada de nuevo por fundido, la imagen de la muchacha recostada en la barca a la orilla del mar —bien precisa es la solución compositiva adoptada: la barca y la chica ocupan el centro mismo de lo que en el plano anterior constituía el corazón del helado, las burbujas de chocolate.

Especialmente ejemplar resulta esta última cadena de fundidos, de metamorfosis imaginarias: el varón y la mujer ven desdibujadas sus diferencias, se funden imperceptiblemente el uno en el otro a través de la imagen absoluta (por descontextualizada de toda situación narrativa, también de todo otro uso que no sea el de ofrecerse a la mirada deseante del espectador) del helado.

El encuentro del hombre y la mujer, el encuentro, en suma, de los sexos, no es ya encuentro con la radical diferencia del otro sino, todo lo contrario, fusión con el otro a través de un objeto absoluto.

Así es como la discursivización (la articulación simbólica) de la diferencia sexual se desvanece, se desarticula bajo la emergencia de un Objeto que, a través de sus metamorfosis, se identifica como el Objeto Absoluto: inarticulable ya, borrada la diferencia, el Objeto Absoluto se descubre finalmente como Objeto Fusional que suprime toda carencia, al que nada le falta... y, en esa misma medida, donde el deseo (ese deseo que se dibujara en la articulación del juego de las diferencias) conoce su aniquilación.

Es así como el conflicto que inevitablemente acompaña al deseo convocado en el espectador —el deseo del opuesto sexual, ese deseo tan trabajosamente construido en ese campo de simbolización que es el del Edipo, es absorbido y anulado por ese emergente Objeto Absoluto, absolutamente imaginario, en el que toda tensión desaparece —y, en esa misma medida, toda esa simbolización de la diferencia que sostiene el deseo humano.

Convendría que comenzáramos a reflexionar sobre el costo social, cultural, civilizatorio, de esta depredación de los universos simbólicos que la publicidad realiza en nombre de la eficacia suprema del mercado.

Avatares de la (in)diferencia: la mascarada de la sexualidad en el spot publicitario, en *Questiones publicitarias. Revista de métodos, análisis y estrategias de la comunicación publicitaria*, nº 3, Sevilla, 1994.

www.gonzalezrequena.com