

La Publicidad

Instrumento del Arte

Dolores Pantoja Guerrero

EL anuncio publicitario a analizar es el anuncio de "El café", incluido en la película de Almodóvar *¿Qué he hecho yo para merecer esto?*, se trata de un producto característico en la obra de este director cinematográfico que se suele servir de este tipo de elemento publicitario en sus películas, como elemento de alivio de la tensión y de crítica a la incidencia de la T.V. en la familia y en el ciudadano medio de este país en general.

En este caso, el peso del mensaje recae en el texto hablado, y la imagen se encarga de llamar la atención aunque no informa por ella misma. De todas maneras, a través de los elementos puramente visuales se matiza el mensaje ya que éstos están cargados de ironía. Una ironía que se funde con la carga crítica.

Así, es significativo el elemento de las flores cayendo sobre la cama mientras el café ardiendo abrasa la cara de la protagonista del anuncio. Y también lo es la presentación de la cara deformada por las quemaduras de este personaje femenino, al final del anuncio, junto con la sonrisa perversa y descarada (nunca mejor utilizado este término) con la que se da paso a la marca del producto publicitado.

Almodóvar rompe el código mostrando algo claramente inusual en un anuncio publicitario, una caída que rompe cualquier expectativa del receptor con respecto al mensaje publicitario que se completa con un texto elaborado por medio de una voz en off, que se funde con la imagen a través de la ironía. Una ironía que se recalca en el mensaje verbal con el ritmo imprimido a la voz en off, que destaca algunas palabras. Así, la voz destaca que había hecho el amor una "docena de veces" y que estaba "molida", pero que "él", movido "supongo" por "El amor" que sentía "por mí", no había dudado en levantarse para prepararle una "Taza de café" "el café".

El eslogan con el que finaliza el anuncio "Nunca olvidaré esa taza de café", presenta la ambigüedad propia de todo anuncio publicitario bien construido que, por ser consciente de dirigirse a un público masivo y heterogéneo siempre lleva incluida más de una lectura. En este caso, una de ellas, la más evidente, es la presentación de la marca, que no está desprovista además de una cierta carga irónica al corresponderse exactamente con el nombre del producto que delimita. Pero además existe otra segunda lectura que se basa en la negación del principio del eslogan, "nunca olvidaré", cargada de ironía, pues en realidad evoca un suceso negativo (la quemadura), aunque, si estuviera deslindado de la imagen evocaría todo lo contrario, entendiéndose esta imposibilidad de olvido por su inmejorable sabor.

Como hemos dicho antes, la utilización del anuncio supone un elemento de alivio en un momento en que la película está alcanzando un punto álgido de tensión. Pero no es sólo eso, sino que además, Almodóvar se sirve de su introducción para criticar desde él al astro rey de la comunicación audiovisual en nuestros tiempos: la T.V., por lo que habría que entenderlo también como un factor de concontextualización temporal.

Para Almodóvar, la T.V., es un fenómeno intrínseco a nuestras vidas y es por ello que, de alguna manera, necesita incluirla dentro de sus películas. Asimismo, la publicidad que este medio impone es algo que se ha convertido también en consustancial a la sociedad contemporánea y quizás por eso, este conocido director sabe siempre incluirla dentro de sus obras presentándola como un elemento más.

De esta manera, el anuncio del café se funde con el ambiente mórbido y patético de la película y al mismo tiempo, contribuye a afianzar su mensaje, que no es más que una denuncia de las deplorables condiciones de vida en las que puede llegar a vivir un ama de casa con un bajo poder adquisitivo en nuestro país. Unas condiciones que se ven, en bastantes ocasiones, agravadas por una oferta televisiva que bombardea con una publicidad que le presenta un mundo de bienestar al que ella nunca podrá tener acceso, por lo que la crítica acaba otorgando a la publicidad, por medio de la televisión, un papel verdaderamente cruel y despiadado.

Se trata, por tanto, de utilizar la publicidad como instrumento de la crítica incluida en sus películas que presentan, de este modo, la paradoja del arte en nuestros días, esto es, liberarse del mundo actual utilizando su mismo lenguaje.