

## El Pigmalión moderno de J. J. Arreola: "Anuncio"

HÉCTOR RUIZ RIVAS

Université de Toulouse II

"Anuncio"<sup>1</sup> de Juan José Arreola es un texto *sui generis* por dos motivos: el carácter insólito (fantástico) de lo que allí se refiere y su particular modalidad discursiva. Tal como lo enuncia su título, el texto adopta o mimetiza el discurso y el lenguaje de la publicidad, a fin de proponer al lector una mujer de manufactura artificial cuyos rasgos copian punto por punto los de la mujer de carne y hueso; esto tiene por objeto proporcionar al hombre entretenimiento, compañía, y sobre todo, placer sexual. Siguiendo la retórica de la propaganda comercial, se desarrolla un informe minucioso de las características técnicas de la mujer de plástico, o sea, del producto que se pone en venta. Por ello mismo, el género del texto no es fácil de determinar: el carácter de lo que allí se expone impide que se le incluya dentro del ensayo o la divagación filosófica; calificarlo de cuento es igualmente problemático, por cuanto carece de una verdadera progresión narrativa, al no contarse una historia propiamente dicha.<sup>2</sup> Ni siquiera se relata cómo y en qué circunstancias se ha creado la mujer artificial. Este texto sin historia, sin embargo, tiene mucho en común con la ficción fantástica, aunque sólo sea porque bajo la apariencia de lo banal (un simple anuncio)

<sup>1</sup> Los números son los que he puesto a los párrafos. Todas las citas remiten a la edición de 1971 (la primera data de 1952, FCE).

<sup>2</sup> Para la diferencia "historia", "texto", véase Rimmon 3.

se quiere validar un hecho inverosímil (una réplica perfecta de la mujer). Consecuentemente, la instancia narradora recae en una voz anónima e impersonal, cuyos mandatarios específicos se desconocen. Con todo, se puede hablar de narrador en la medida en que dicha voz instaure un proceso de comunicación que persigue un fin específico.

Este fin es esencialmente el de persuadir a un eventual receptor con un mensaje supuestamente publicitario. Es fácil perca-

color piel	{ rubia morena	color cabello	{ pelirroja platinada
color labios	{ coral rubí	color ojos	{ esmeralda turquesa azabache
olores	{ aroma axilar { {sándalo almizcle ácido cáprico - fuerte "quintaesencia perfumería - suave (tenue) moderna"		
movimiento	{ inerte ( <i>off</i> ) activa ( <i>on</i> )	perspiración	{ acompañada agitada
volumen	{ locuaz ( <i>on</i> ) silenciosa ( <i>off</i> )	anhelos	{ suspiro gemido
etapa de desarrollo	{ impúber púber flor de la juventud madura	época	{ presente (actual) pasado (remoto)
Dice "sí" en idiomas	{ vivos muertos		

tarse de que, so color de actividad comercial, lo que el narrador desea no es tanto conseguir ventas del nuevo producto como persuadirnos de su existencia. Para ello presenta a la mujer como una realidad ya existente en el mercado, de la cual inicialmente nos detalla sus rasgos técnicos y su funcionamiento: morfología (4, 5), fisiología (6, 7, 8, 9) y rasgos secundarios de la Plastisex (10, 11). En esta parte el narrador describe su funcionamiento como un aparato de botones múltiples ("se maneja por medio de controles automáticos" 82), gracias a una retórica que a menudo sigue un movimiento binario, semejando así, ya sea un interruptor de dos posiciones (*on/off*), ya un regulador adaptable en diversas posiciones. (Véase en la página anterior un cuadro sinóptico de dicho movimiento).

La segunda mitad del texto se presenta como un comentario en el cual el narrador responde a todas las objeciones posibles sobre la significación ética, moral y psicológica de la Plastisex. Como en el ensayo-ficción de Borges, se argumenta en torno a algo que no existe.

### *La mujer y su(s) réplica(s)*

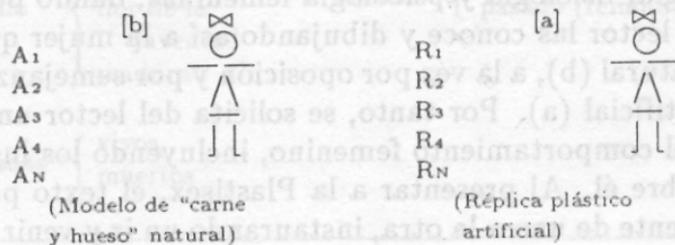
Entendemos que la mujer artificial, creada por el hombre a la manera de una estatua o de una reproducción plástica, es una suerte de Doble. Sin embargo, si bien ésta parece ser la figura dominante del texto, una lectura más cuidadosa muestra que la Plastisex sólo cobra existencia en función de lo que ella imita, a saber, de la mujer de carne y hueso. Ahora bien, esta mujer referencial se halla en cierto modo al margen del texto y se inscribe en un código cultural que el lector está obligado a suplir. De esta manera el narrador/publicista incursiona en la morfología, fisiología y psicología femeninas, dando por sentado que el lector las conoce y dibujando así a la mujer que llamaremos natural (b), a la vez por oposición y por semejanza con la mujer artificial (a). Por tanto, se solicita del lector un conocimiento del comportamiento femenino, incluyendo los lugares comunes sobre él. Al presentar a la Plastisex, el texto pasa constantemente de una a la otra, instaurando un ir y venir de lo artificial

(a) a lo natural y de sobra conocido (b). Pero, a fuerza de yuxtaponer el original y su Doble, éstos van confundándose, y la ambigüedad de lo fantástico gana terreno. Ya en el primer párrafo leemos, al comenzar una frase: "Alta y delgada, menuda y redonda, rubia o morena, pelirroja o platinada"; este desfile de epítetos, que primero creemos referidos a la mujer real, resulta al final de la frase que designa a simples réplicas banales: "todas están en el mercado" (82). La sola mención de "la mujer" (o el pronombre que la señala: "ella") es sumamente equívoca, por cuanto la labor del publicista/narrador consiste precisamente en convencer al lector de que la Plastisex no solamente es *como* la mujer de carne y hueso, sino que la supera con creces. Por ello, en los últimos párrafos la confusión toma un giro radical, al invertirse los papeles, ya que tras la prolija argumentación del narrador, es la mujer de carne y hueso la que se convierte en "mercancía deprimente" (88). Veamos cómo se realiza esta transformación.

Primeramente, notamos que para construir la mujer de plástico se recogen los atributos dispersos de la mujer original: "envíenos fotografías, documentos, medidas, prendas de vestir y descripciones entusiastas" (82). El anuncio presenta una síntesis de todo lo que el narrador y sus ocultos mandatarios creen que constituye lo femenino: sumisión, fidelidad, erotismo, belleza física, elegancia, etc., con lo cual se nutre a la réplica. Acto seguido se nota que dicha réplica se reproducirá a su vez en muchas otras, semejantes mas no idénticas. De esta manera, nos situamos en una pura visión analítica, ya que ni la mujer real ni la de plástico aparecen como un todo, sino como la suma de sus partes. Para mayor claridad resumamos todo esto con ayuda de un gráfico:

A: Atributo

B: Réplica



De lo anterior se deduce que el movimiento de lo sintético a lo analítico se produce como un transvase en el que de ningún modo se representa a *la* mujer. Resulta de ello una fuerte tensión entre el modelo unitario y sus reproducciones teóricamente infinitas. Como lo señala Barthes respecto de la lectura,<sup>3</sup> la única visión posible de la mujer es la secuencial y analítica, por lo cual la que se ofrece al lector/consumidor es ilusoria y sigue siendo tan inexistente como aquella "que ha soñado toda la vida" (82).

### *El producto de consumo y la mujer como su metáfora*

En consonancia con los procedimientos de la mercadotecnia, el motivo del "anuncio" es ofrecer al lector/consumidor un producto superior en calidad y eficacia al que éste ya posee, trátase de un refrigerador, una cafetera eléctrica o un tostador de pan. El hecho de que aquí el referente sea una mujer no invalida el procedimiento, más bien lo hace resaltar con mayor fuerza, tal como en las ficciones de Kafka. Así, la Plastisex viene a reemplazar a la mujer que el lector ya conoce o tiene en casa ("cualquier esposa", "nuestra compañera tradicional", "una esposa común y corriente", "nuestras prójimas") por otra que, según el narrador, la supera en todos aspectos.

En efecto, el "anuncio" argumenta que en cualquier campo (económico, físico, sexual) la Plastisex es más recomendable que la mujer referencial: fidelidad asegurada, consumo mínimo de energía, longevidad, etc. De esta manera, el discurso del publicista maneja la oposición entre lo tradicional, es decir, lo doméstico y lo usual, por un lado, y lo novedoso o de vanguardia, por otro. La Plastisex es entonces un producto que viene a sustituir a otro ya existente, pero caduco. Se advierte lo hábil de este mecanismo de persuasión, ya que, curiosamente, la mujer de plástico se apoya íntegramente en la de carne y

<sup>3</sup> "La Femme coupée en morceaux, tel est l'objet offert aux amours de Sarrasine. Partagée, écartée, la femme n'est qu'une sorte de dictionnaire d'objets-fétiches" (118-119). Las afinidades entre el cuento de Balzac y el de Arreola son bastante evidentes.

hueso: de tanto que se esfuerza en copiarla, no es más novedosa que la otra. Tal paradoja aparece en las peticiones de "clientes antiguamente casados que (nos) solicitan copias fieles de sus esposas" (87), así como en la forma en que las muñecas de plástico reproducen las instituciones humanas (87). Es por ello que la mujer real no es menos mercancía que la de plástico y que ambas se colocan en un mismo plano. Este brusco giro apunta una vez más al carácter ilusorio de lo que se propone.

### *Polarización de la figura femenina*

Todas las paradojas señaladas hallan un intento de resolución en los dos párrafos finales. En ellos aparecen lo que podríamos llamar Dobles hipotéticos, en la medida en que la argumentación del narrador consigue polarizar los atributos de una y otra mujer. Se oponen ahora, ya no la mujer sintética y la de carne y hueso, sino la mujer erótica y la espiritual, una oposición sin duda más tradicional. De este modo se crean dos entidades bien delimitadas y esquemáticas: regresamos a una visión medieval de la mujer y al arquetipo que reúne a la *Fair Maid* y a la *Femme Fatale*,<sup>4</sup> una pura y deserotizada y la otra, solamente cuerpo. Con la importante diferencia de que la libido masculina sólo estará encauzada hacia la segunda. Como lo sugiere el mismo texto, se sigue la técnica del vaciado, al despojar a una de todo lo que debe corresponder a la otra: "arrebátandole su papel de instrumento placentero, de sexófora", "libres ya de sus obligaciones tradicionalmente eróticas" (88). Una técnica que el mismo narrador/publicista menciona al enumerar los recursos usados para elaborar a la Plastisex ("hábiles artesanos del moldeado y del vaciado" 82).

Resulta evidente que este pasaje final lleva a sus últimas consecuencias todo lo desarrollado en el texto. Es perfectamente coherente que, después de haber loado las virtudes de la nueva invención, el narrador concluya que ésta es la clave para la "liberación femenina". Curiosamente, dicho proceso de vaciado

---

<sup>4</sup>Para una exposición detallada de estas figuras, véase el capítulo siete de Rogers.

arroja un resultado contradictorio, pues según el discurso del publicista, eliminando sus servidumbres físicas, obtendremos una nueva mujer; pero tal cosa carece de sentido, ya que al ser despojada de sus atributos (de su femineidad), la mujer ya no es mujer sino esqueleto abstracto.

Verdad es que se puede leer "Anuncio" como una sátira moral o social en la que se fustigan los excesos de la publicidad moderna, por cuanto se pone en un mismo plano un objeto comercial y un ser humano, con la necesaria denigración de la mujer, etc., etc. Tal lectura, sin embargo, sería unívoca, pues el texto al mismo tiempo insinúa que la mujer *es* un objeto. La ambigüedad de la voz narrativa es tal, que no permite resoluciones definitivas. Más aún: el texto contiene su propia parodia, al exhibirse hasta el exceso el discurso publicitario y sus procedimientos.

### *La retórica de la persuasión*

En lo hasta ahora señalado se entrevé un punto de suma importancia, a saber, que en el texto la perspectiva es exclusivamente masculina. Como ya se ha esbozado, la instancia narradora cubre un bloque monolítico y abstracto, monopolizador de un discurso avasallante que no admite réplica alguna y que anticipa toda posible objeción. Dicha instancia se dirige a un narratario específico, que en este caso sólo puede ser otro hombre. Más exactamente, el mensaje se dirige a un consumidor eventual, futuro, a diferencia de otro actual o pretérito que ya ha adquirido el producto. El papel de destinatario de este consumidor (el texto lo llama "usuario") está claramente solicitado por el narrador con una segunda persona que interviene de principio a fin: "ahora nos dirigimos a usted", "usted puede emular los placeres de Salomón", "si usted quiere". Así, so pretexto de una comunicación comercial, en la que un vendedor despliega toda su habilidad verbal para persuadir a su cliente, se instaura un proceso de comunicación entre el narrador y su narratario. Este último se distinguirá del lector por ser sólo un comprador virtual, mientras que el segundo es aquel que puede interpretar el texto como una ficción narrativa. No se excluye, incluso,

la posibilidad de que el lector mantenga una distancia irónica hacia el narratario.

Vemos entonces que tras la máscara de lo impersonal y de la verdad general (“la gama olfativa y gustativa se extiende naturalmente hasta el aliento” 85, “el empleo de Plastisex es sumamente recomendable” 82) se esconde una voluntad de manipulación. Ésta se manifiesta de distintas maneras: 1) por el sólo hecho de dirigirse a un interlocutor ausente y desprovisto de palabra; 2) al apoderarse de la voluntad del narratario, apabullándolo con numerosos imperativos (“sintonice”, “embriéguese”) y anticipando toda la gama de sus deseos, antojos o veleidades: “¿es usted aficionado a los placeres del olfato?” (85), “atendemos cualquier solicitud” (82), “al gusto de cada quién” (83); 3) dando instrucciones sobre el manejo de la Plastisex: “se puede enchufar en cualquier contacto doméstico” (87), “debe ser empleada de modo medurado” (87), tal como se recomienda en los anuncios de bebidas alcohólicas, lo mismo que instrucciones para “emular los placeres de Salomón”, que mimetizan el estilo de las recetas de cocina:

Haga una mixtura con leche de cabra y miel de avispas, llene con ella el depósito craneano de su Plastisex, sazónela al oporto o al benedictine: sentirá que los ríos del paraíso fluyen a su boca en el largo beso alimenticio (83).

### *La búsqueda mítica del hombre*

Ahora bien, narrador, narratario y lector tienen en común el representar lo que podríamos llamar la instancia masculina, desde cuyo punto de vista se focaliza a la mujer. Resulta claro que al erigirse la instancia masculina en focalizador exclusivo y la mujer en objeto focalizado, el papel de uno y otro será respectivamente activo y pasivo. Asimismo, distinguiremos dentro de esta instancia una de las funciones del narrador, que es la de servir de mediador entre el “ella” correspondiente a la mujer y el “usted” que designa a su consumidor: “si usted quiere y dispone de recursos suficientes, ella puede tener ojos

de esmeralda..." (83). La función del narrador/vendedor es satisfacer los infinitos deseos de sus clientes traduciéndolos en un sinnúmero de réplicas. Tantos hombres, tantos deseos.

Como ya se esbozó, el narrador no sólo enuncia hasta el agotamiento la posibilidad de innumerables réplicas, sino asimismo azuza la imaginación de los futuros consumidores, dejando abierto el número de posibilidades: "atendemos cualquier solicitud" (82). De esta manera el texto hace caer por tierra el "mito" moderno de la elección individual, al ser patente que ésta no puede existir si todos los gustos y aficiones ya están catalogados. Las réplicas de la Plastisex son producidas en cadena de la misma manera que los deseos de los hombres. Recordemos que la mujer de plástico es un calco de una mujer referencial, es decir, tal como se la conoce. Ésta, sin embargo, es en cierta medida una proyección ideal, condicionada culturalmente por el propio hombre, de modo que la llamada "mujer de carne y hueso" es tan ilusoria e irreal como la Plastisex.

Así, la gran ironía del texto consiste en que mientras más se multiplica la imagen femenina más se desagrega y menos podemos asirla. El objeto de consumo es por lo tanto metáfora de la mujer en la medida en que ambos suponen un deseo nunca colmado. Tal evanescencia de la figura femenina concuerda con la proyección que de ella hace el hombre en múltiples mujeres, o sea de su *ánima* o de su propia alma —en el sentido que los primitivos dan a este concepto— es decir, de sí mismo. La mujer es el Doble de un hombre que pasa su vida buscándola.

### *Banalización de lo fantástico*

Pese a su modernidad, el texto de Arreola no es más que un avatar de un antiguo motivo: la estatua animada. En su vertiente moderna éste se ha hecho presente bajo la forma del autómatas o robot de la ciencia-ficción contemporánea, tanto en la literatura como en el cine y en las series televisivas. El factor común de estas historias es el deseo de crear un ser viviente de modo intelectual, sin mediación del acto fecundador (Frenzel 513), con lo cual el hombre desea elevarse por encima de los mortales e igualarse a Dios, el supremo Creador. En

muchas de estas ficciones el autómatas así creado se vuelve contra su creador y lo destruye, como en el *Frankenstein* (1818) de Mary Shelley y las historias provenientes de la leyenda judía del Golem. Su ostensible contenido teológico, semejante al mito de Ícaro, desemboca en una lección para el hombre que ha violado y transgredido la (su) naturaleza. Nada de ello sucede en el relato de Arreola, donde la mujer autómatas queda bajo el absoluto dominio del creador y sus delegados; y si bien en una ocasión se señala un desenlace funesto (“un joven inexperto murió asfixiado en brazos de una mujer de plástico” 86), éste es claramente designado como excepción, y no como norma, conforme a la retórica optimista del publicista/narrador.

Con la fachada del autómatas resurge en el hombre el viejo deseo de crear en un objeto concreto —un alma, una sombra, un corazón— una réplica de sí mismo, como sucede en Hoffmann, cuyos autómatas animados son proyecciones de la fantasía de un mago (Frenzel 518). Pero con la diferencia de que aquí, contrariamente a las historias del Golem, en que se usa de métodos mágicos, y a los relatos de Hoffmann, en los que el autómatas suscita pasmo e incredulidad, la magia es remplazada por la técnica moderna, que inventa un mundo de ensueño al alcance de cualquiera, regido por el lugar común y las fórmulas cliché, tal como sucede en la publicidad:

Técnicos en cibernética y electrónica pueden desatar para usted una momia de la décimo-octava dinastía o sacarle de la tina a la más rutilante estrella de cine, salpicada todavía por el agua y las sales del baño matinal (82).

Así, la magia ya no es tal, al haberse vuelto pura técnica —el texto *explica* el funcionamiento del autómatas— y, por lo tanto, se ha neutralizado. Lo fantástico no sólo es posible, sino banal.

### *Arreola: Pigmalión moderno*

El Doble autómatas recorre toda la literatura y halla sus raíces en el mito de Pigmalión. En la versión de Ovidio (X, vv. 243-297) Pigmalión es un artista que, habiendo esculpido una es-

tatua de singular belleza, se enamora de ella y, con la mediación de Venus, logra transformarla en mujer de carne y hueso. Notaremos que la fijación erótica, uno de los conductores en las historias de autómatas (Frenzel 515), interviene en el texto de Arreola, pero como una especie de anticlímax: la pasión amorosa desaparece y cede el paso a un deseo totalmente mediatizado. Conforme a ello, el personaje individual se disuelve, transformándose en una multiplicidad anónima e impersonal (la instancia masculina). Nos acercamos mucho al mito de Narciso, por cuanto el hombre reproduce oblicuamente su propia imagen en su Doble mujer. En efecto, si se considera que la estatua es una figuración concreta del artista, la pasión amorosa de Pigmalión<sup>5</sup> marca el trayecto de una libido inicialmente obstaculizada,<sup>6</sup> que después se sublima en la creación artística. Paradójicamente, al convertirse el Doble en objeto erótico, la libido recobra su cauce original, concentrándose plenamente en la mujer que el hombre antes repudiaba. Algo similar ocurre en "Anuncio", pero llevado a sus últimas consecuencias, ya que la mujer de plástico es la depositaria de todos los deseos del hombre.

El elemento mágico —demoníaco en la época romántica— ya aparece indicado en Ovidio, sobre todo en la primera parte de su texto, donde los rituales del escultor —como en "Anuncio"— van humanizando a la figura artificial, colocándole atributos que no le pertenecen: la viste, le pone sortijas, cadenas, collares de perlas (vv. 263-266); o sea, como los llamados "accesorios" de la Plastisex, producidos en serie. Asimismo, lo fantástico en Ovidio es imputado a una fuerza sobrenatural (los dioses de la Antigüedad, vv. 274-275). En "Anuncio" esto se traslada a los tecnócratas de la época postindustrial, elevados a la categoría de dioses. Notamos que en Ovidio la intervención de Venus no es sino pretexto (o metáfora) para que el hombre realice su deseo. De hecho, la labor de mago de Pigmalión consiste en transformar lo pétreo en algo blando y suave, plástico, tal como

<sup>5</sup> "Operisque sui concepit amorem" (*Metamorfosis* v. 249).

<sup>6</sup> "...Sine coniuge caelebs / vivebat thalamique diu consorte carebat" (*Metamorfosis* vv. 245-247).

lo indica el nombre de la muñeca en "Anuncio" (Plastisex). De ahí que las dos acepciones de la palabra *plástico* señalen, tanto su condición de objeto, como su relación con el quehacer artístico.

En el texto de Arreola la dignidad del artista es socavada, por cuanto se le reduce al papel de simple artesano, de un obrero sometido a un sistema de producción masiva: "un ejército de artistas plásticos, expertos en la escultura y el diseño, la pintura y el dibujo, hábiles artesanos del moldeado y el vaciado" (82). Hasta las metáforas de la lírica se banalizan y se desvirtúan al apoderarse de ellas los tecnócratas, que les devuelven su sentido concreto: "ella puede tener los ojos de esmeralda, de turquesa o de azabache legítimo, labios de coral o de rubí, dientes de perlas" (83). De esta manera, la palabra *arte* recupera su sentido original de oficio e industria: el artista (*artifex*) se conforma con su labor de artesano.

Finalmente, el discurso publicitario también es una ficción, que sustituye a la magia del demiurgo Pigmalión. Éste, al llevar a cabo su labor, violenta a la naturaleza y usurpa la función de Dios como creador absoluto, tal como sucede en la leyenda del Golem. Huelga insistir en que, como en "Las ruinas circulares" de Borges, "Anuncio" también es la proyección de un demiurgo, que en este caso se llama Juan José Arreola.

#### BIBLIOGRAFÍA CITADA

ARREOLA, JUAN JOSÉ. *Confabulario*. México: Joaquín Mortiz, 1971.

BARTHES, ROLAND. *S/Z*. París: Seuil, 1970.

FRENZEL, ELISABETH. *Motive der Weltliteratur*. Stuttgart: Kröner, 1980.

OVIDIO. *Metamorfosis*. Ed. y trad. Rubén Bonifaz Nuño. México: UNAM, 1979.

RIMMON-KENAN, SHLOMITH. *Narrative Fiction: Contemporary Poetics*. Londres: Methuen, 1983.

ROGERS, ROBERT. *The Double in Literature. A Psychoanalytic Study*. Detroit: Wayne State University Press, 1970.