



Jornades de Foment de la Investigació

**LA SEDUCCIÓN
DE LA ETERNA
JUVENTUD.
LA FIGURA DE
LA LOLITA EN LA
PUBLICIDAD**

Autors
Inma USÓ PITARCH.
Eva TENA ALICART.

ÍNDICE

SIENDO UNA PERFECTA SEDUCTORA	3
JUGANDO Y SEDUCIENDO	4
JUGANDO CON SIGNOS Y APARIENCIAS	5
¿ES LOLITA UNA PERFECTA SEDUCTORA?	7
ANEXO 1:	
Análisis de los signos infantiles en la representación de la LOLITA en la publicidad	10
ANEXO 2:	
Anuncios publicitarios	18
BIBLIOGRAFÍA	38

SIENDO UNA "PERFECTA SEDUCTORA"

La seducción tiene el poder de trastocar el orden establecido. Pretende lograr que alguien *desee* aquello que *no quiere*. Es un ejercicio del ingenio que juega a modificar la apariencia de las cosas.

Pero, puesto que pretende modificar el orden establecido, se ha topado a lo largo de la historia con ese mismo orden que pretende trastocar. Así pues, la seducción fue considerada la estrategia del diablo para la religión y, por extensión, para toda la cultura occidental, y se ha integrado en nuestro imaginario como una artimaña diabólica, como la estrategia del mal.

Todo discurso que tenga por axioma la coherencia, la finalidad, la verdad, excluirá a la seducción de su campo conceptual. De este modo, en una sociedad científica como la actual, la seducción formará parte de lo "prohibido", quedará *clasificada* y *ubicada* dentro de la fatalidad y asociada a la estrategia del demonio.

Surgen así figuras fatales moralizantes para la sociedad, que curiosamente han existido en una u otra forma en la mitología y el folklore de prácticamente todas las culturas, y que se hicieron omnipresentes en la cultura occidental de finales del s. XIX y principios del s. XX.

«Mediante la mujer fatal, el deseo hace patente la vulnerabilidad del varón deseante, le hace temer u odiar a la causa de su flaqueza, dando resultado a este arquetipo cultural masculinista» (Gubern, 2002).

Una de estas figuras fatales es la LOLITA o *femme enfant*: una "mujer-niña" demoníaca, una nínfula.¹ A la virgen ingenua e inocente se le contrapone la virgen intratable y vengativa, una mujer-niña que no responde a la tranquilizadora y tradicional condición de virgen y de madre.

De este modo, la representación que se hace de la mujer seductora siempre se asocia a lo fatal (el hombre seductor, en cambio, no es considerado fatal). Pero, la aceptación social de la mujer fatal ha evolucionado desde su aparición. En un primer momento, el modelo que debía seguir una mujer era el de "monja del hogar", pero hoy, aunque la seducción se sigue asociando a lo fatal, es un valor deseable y socialmente admitido, la seducción fatal ha pasado a ser un modelo que debe seguir la mujer. Por ello, la publicidad lo utiliza constantemente en su forma de representar lo femenino. La figura de la *femme fatal* ha pasado a ser un reclamo publicitario, evidenciando así ese cambio en la aceptación social de la seducción.

La mujer, la eterna dominada, aspira a no serlo y, por ello, la publicidad utiliza la mujer fatal (fatal por ser seductora) como sinónimo de mujer liberada, con éxito y dominante gracias a una belleza ligada a la eterna juventud. Una mujer que pretenda seducir deberá moverse en el ámbito de las apariencias, y deberá consumir ciertos productos que le permitirán construir esa imagen que la publicidad muestra como deseable, y que la convertirá en la "perfecta seductora". Resulta significativo que la mayoría de productos que utilizan esta figura de la *femme fatal* pertenezcan a la cosmética, la moda y los complementos, así como otros productos asociados a la belleza.

Así, la mujer logrará ser una "perfecta seductora", aunque en el fondo siempre quedará sumida en una mirada masculina que la dominará. ¿Qué son las mujeres representadas, sino fantasmas del imaginario sexual más estereotipadamente masculino?

¹ Las ninfas eran figuras de la mitología griega, divinidades femeninas de la naturaleza de condición núbil que eran las presas eróticas predilectas de los sátiros lascivos.

JUGANDO Y SEDUCIENDO

Nuestro objeto de análisis se centra en la representación de la figura de la LOLITA² en la publicidad y trataremos de analizar cómo funciona en ella el juego de la seducción y la perversión.

En las estrategias de seducción, la pulsión sexual se mantiene a través de la mirada. Así pues, el placer dominante es un *placer escópico*, un placer que viene dado por aquello que se mira. Pero, puesto que ha sido el hombre quien ha tenido el privilegio de mirar, este placer escópico ha sido colonizado por una mirada eminentemente masculina que ha organizado casi la totalidad del campo visual (si no todo).

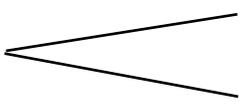
De este modo, partimos de la siguiente premisa: la mujer siempre es “la mirada” (el objeto a mirar). Ese derecho a mirar a la mujer tiene que ver con el espacio que se le ha asignado en nuestra reciente historia de la cultura moderna. Es “la mirada” tanto por hombres como por mujeres, pero siempre ambos posicionándose desde el punto de vista de una mirada masculina, que es la mirada dominante. Y esa mirada es la que estructura el cuerpo de la mujer como objeto de deseo, como un objeto que puede llegar a ser consumido.

Cabe aclarar que todos los anuncios que hemos encontrado pertenecen a revistas de moda dirigidas a un público femenino. Por tanto, la LOLITA se presenta como un modelo a seguir para ese público, como un modelo aspiracional para la mujer espectadora, una imagen en la que ver reflejado su ideal.

La mujer dirige su mirada hacia este modelo porque posee aquello que cree necesario para ser objeto de la mirada del otro, aquello que ella desea y de lo que carece.

Puesto que la LOLITA se encuentra entre la frontera entre la niña y la adulta, la publicidad dirige este modelo a dos públicos femeninos de diferentes edades: a la adolescente (de 13 a 17 años) y a la adulta (de 25 a 40 años). Se dirige a ambos públicos por su propia naturaleza: ser niña-mujer. La adulta busca en LOLITA la inocencia y frescura que le falta y la adolescente el acceso al mundo de los adultos del que todavía no puede disfrutar.

De este modo, encontramos dos tipos de LOLITA, que hemos denominado “Lolita adulta” y “Lolita adolescente”:

- **LOLITA adolescente** 
 - dirigida a la adolescente.
 - dirigida a la adulta.
- **LOLITA adulta:** dirigida únicamente a la mujer adulta.

Las revistas de moda en las que aparecen los anuncios también son reveladoras de esta segmentación del público: mientras que la LOLITA adulta aparece en revistas como la “Vogue”, “Marie Claire” o la “Cosmopolitan”, la adolescente lo hace indistintamente tanto en éstas como en la “Elle”, “Ragazza” y “Glamour”.

² Siempre que se hable de LOLITA se hará referencia a la representación que la publicidad hace de ella.

LOLITA ADOLESCENTE: JUGANDO A SER MAYOR

La **LOLITA adolescente** es una figura bastante joven, con apariencia inocente, pero que viste como una joven deseable, juega con los signos infantiles y los convierte en elementos que la hacen atractiva (calcetines de dinosaurios, falda de colegiala, chupa un chupa-chup, se peina con dos trenzas, lleva calzas hasta las rodillas y ropa de color rosa con puntillitas).

La espectadora adolescente (que mira a la LOLITA adolescente) busca jugar a ser adulta, a ser mujer, ya que no posee el permiso para disfrutar de los “placeres adultos” plenamente. ¿Qué adolescente no ha querido crecer más deprisa, utilizar pronto un sujetador (y que se le note que lo lleva) y maquillarse los ojos? Por ello, LOLITA juega a controlar su cuerpo para poder dominar la mirada del otro, y jugar a ser adulta la hace sentirse una mujer experimentada, independiente y atractiva, es decir, todo aquello que todavía no posee.

La espectadora adulta (que mira a la LOLITA adolescente) busca la inocencia y frescura que le falta, esa inocencia que le concedería una apariencia (supuestamente) más deseable y un retorno al mundo del juego. La mujer siempre es esclava de su cuerpo, de su belleza, se le penaliza el paso del tiempo, por ello busca la juventud y la belleza eterna, es la eterna seducción de la inocencia. A diferencia del hombre adulto, en quien vemos un perfecto seductor experimentado, su madurez no es atractiva, pasa desapercibida. La espectadora adulta puede, a través de la inocencia, volver a entrar en un juego de niños, en un juego en el que no existen consecuencias y donde es posible gozar de lo lúdico sin ningún tipo de finalidad.

LOLITA ADULTA: LA INOCENCIA SIMULADA

La **LOLITA adulta** no es una niña-adolescente, sino que es ya una mujer, pero mantiene ciertos rasgos de juventud. Aunque sabemos que es una adulta, se presenta en unas actitudes asociadas a la inocencia: aparece en columpios o chupando una piruleta.

Su espectadora, normalmente mujeres de 25 a 40 años, al igual que la espectadora adulta que mira a la LOLITA adolescente (anteriormente descrita), quiere entrar en el juego experiencia-aparente inocencia, que la encasilla dentro de ese impreciso límite de la LOLITA y con el que pretende convertirse en objeto de mirada. Aspira a tomar como modelo a la LOLITA porque son adultas con una vida de adultas que ya perdieron su encanto inocente y la edad para jugar, y sienten que su cuerpo va perdiendo aquella belleza tan deseada. Buscarán construir su cuerpo para, si no rejuvenecer, aparentar lo que ya no son y desearían ser.

Así, a modo de resumen, diremos que la espectadora-adulta mira la LOLITA adolescente como aquella edad y capacidad de seducir perdida que desearía recuperar y a LOLITA adulta como un posible simulacro de su juventud pasada. Por otro lado, la espectadora-adolescente mira a LOLITA adolescente (y no a la adulta) como un acceso a lo todavía prohibido por su edad, a través de la utilización de unas “armas de mujer” que juega a poseer.

JUGANDO CON SIGNOS Y APARIENCIAS

En LOLITA lo que seduce es esa frontera entre lo que parece ser y lo que es, esa *apariencia de inocencia* que enmascara cierta perversidad.

La publicidad que utiliza la figura de la LOLITA, tanto la adulta como la adolescente, juega con los signos infantiles y los dota de una carga semántica sexual y perversa. Es esta la forma que tiene de moverse entre los límites imprecisos y confusos que separan ambas edades.

Tras un análisis de ese juego de signos en la publicidad que utiliza la figura de LOLITA³, podemos concluir que:

LOLITA adolescente

La LOLITA adolescente utiliza los siguientes signos:

- Elementos infantiles
- Belleza propia de su edad

junto con gestos que construyen la *actitud* de la LOLITA: moverse en la frontera entre la niña inocente y la mujer experimentada.

Su belleza es de una juventud natural y, por ello, deben transformar tanto su cuerpo como su comportamiento para adoptar esa actitud de “nena mala” con connotaciones sexuales y eróticas.

Así pues, de lo que se trata es de aparentar aquello que no se es, y jugar con esa frontera entre edades, jugar con los signos para confundir, para no poder ubicarla dentro de un patrón de conducta determinado. Su rostro y su cuerpo son los de una chica adolescente, tierna e inocente, pero su actitud rompe con esa inocencia para convertirse en una adolescente totalmente erotizada.

Diferenciamos dos tipos de LOLITA adolescente:

- **La sobre-simulada:** descarada y con una voluntad explícita de provocación, que se maquilla exageradamente como una adulta, y a la vez utiliza elementos explícitos de la infancia, como chicles, lacitos en el pelo o pompas de jabón, a los que se atribuye un significado sexual, convirtiéndolos en un fetiche.

Su representación está sobre-simulada de signos infantiles, sobre-significada y sexualizada al extremo.

Los elementos infantiles, como lacitos rosa y trenzas en el pelo, calcetines de dinosaurios, hacer pompas de jabón y llevar unas braguitas blancas, la construyen como inocente, pero los gestos, la actitud y el intento de imitar la apariencia de la adulta, rompen esa inocencia y la erotizan: se convierte en una “chica mala”.

- **La di-simulada:** que utiliza una insinuación implícita, y juega más con su belleza natural y con gestos seductores, sin utilizar elementos explícitos propios del juego y de la apariencia infantil.

Lo que se ve de inocente aquí es su belleza natural y sin artificios, que contrasta con ciertas actitudes y unos gestos ambiguos que le dan misterio y la erotizan. En la mayoría de los casos analizados, o los gestos transmiten un doble significado o la inocencia de un gesto es anulada por la picardía de una mirada. De este modo, la LOLITA adolescente di-simulada se convierte en perversa “seductora”.

³ Ver “Anexo 1: Análisis de los signos infantiles en la representación de la LOLITA en la publicidad”.

LOLITA ADULTA

La LOLITA adulta utiliza elementos infantiles, al igual que la adolescente descarada, e intenta imitar la belleza natural de la LOLITA adolescente.

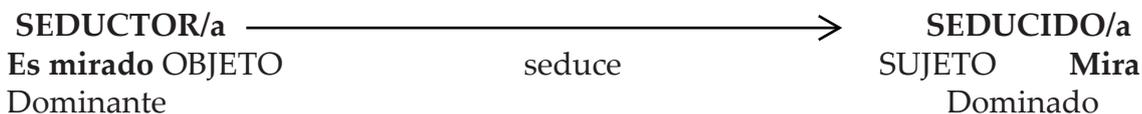
Pero intentar aparentar la inocencia perversa de la LOLITA le es más difícil que a la adolescente, pues su edad y su cuerpo le hacen más complicado el jugar a parecer aquello que no es.

Así pues, mientras la adulta tiene el permiso de lo sexual y simplemente imita a la adolescente para recuperar en forma de simulacro la juventud, la adolescente es realmente la que pervierte el papel que su edad le asigna: ser inocente, convirtiéndose así en la verdadera LOLITA.

¿ES LOLITA UNA “PERFECTA SEDUCTORA”?

La publicidad representa la LOLITA con una intención explícita de provocar un deseo. Se dirige a la mujer (y no al hombre, aunque es a éste al que se dirige en última instancia) para mostrarle cuál es el misterio que le falta para convertirse en objeto de mirada y seducir. Así pues, LOLITA mira descaradamente para ser mirada, para que le devuelvas la mirada, diciéndole a la mujer que ésa es la estrategia más eficaz para seducir. Pero precisamente es en este punto en que está cometiendo un error, pues es por medio de esta actitud por la que LOLITA se convierte en la figura dominada.

Para comprender exactamente de qué estamos hablando es necesario explicar, basándonos en Baudrillard, cuál es el juego que desempeña un verdadero seductor:



El seductor pretende ser seducido, es decir, conseguir que se esfuercen por seducirle, ya que convertirse en objeto del otro es lo que le hace sentirse atractivo y, por ello, poderoso. Su poder consiste en que es capaz de conseguir que el otro desee seducirlo.

Lo que seduce al seductor es el reto de lograr que el otro desee seducirlo. Cuando consiga esto, significará que ha seducido al otro y, una vez alcanzado este objetivo, buscará otra presa. Pero si ese otro que había conseguido seducir deja de intentar seducirle, volverá a él para

¿Cuál es la estrategia que sigue para cumplir este objetivo? El seductor, seduce haciendo creer al seducido que ha sido éste quien le ha seducido. Es decir, el seductor le dice al seducido: “tú me has seducido, porque tú eres deseable, apetecible y, por ello, poderoso. Yo me he sentido atraído por tus encantos”.

A toda persona le gusta sentirse objeto, dominante, seductor, y por ello el seductor engrandece al seducido para hacerle caer en sus redes, lo halaga, cuando es realmente el seductor quien tiene el control del juego; aquí reside su perversión, en engañar al otro adulándolo y haciendo que se sienta poderoso sin que éste sea consciente de que es dominado.

Así el sujeto se convierte en un “pseudo-seducidor”, en un ser seducido que cree ser seductor. Han depositado en él los encantos seductores y debe responder a ellos. Pero el sujeto, al intentar dar respuesta de esa expectativa, ha caído en las redes del seductor y le es imposible salir. Ambos han

construido así una relación mutua, y el seducido está condenado a intentar seguir *pseudo*-seduciendo construyéndose a sí mismo como cree que le gustará al otro.

En realidad, el dominio del objeto consiste en que es el verdadero ser deseable, juega a ser seducido y domina la mirada del otro, pues lejos de ser quien mira es el foco de atención, es el ser mirado que consigue así seducir al otro. El seducido DESEA ser deseable y el seductor ES deseable.

El seducido (*pseudo*-seductor) mira para atraer la mirada del otro, se muestra descarado, y el seductor es mirado por quien intenta atraer su mirada, se muestra indiferente.

Bajo este prisma, la publicidad presenta a una LOLITA que no puede ser considerada como mujer seductora, sino como *pseudo*-seductora, ya que la relega al papel de la eterna dominada: siempre intentando convertirse en objeto de mirada del otro, siempre intentando atraer al otro haciendo lo que el otro desea que haga, siempre esclava de su cuerpo, siempre un “sujeto” (seducida y *pseudo*-seductora) al que le gustaría ser “objeto” (seductor real) pero que no actúa de la forma más inteligente para serlo.

De este modo, dentro del modelo aspiracional “LOLITA” no existe perversión, pues aunque LOLITA sí que intenta ser seductora no es capaz de llegar a serlo, pues no sigue la estrategia más eficaz para llegar a dominar miradas. Por ello, LOLITA mira al espectador, no se muestra indiferente ni oculta nada, no tiene misterio. El único misterio que posee, el de encontrarse en una frontera entre lo permitido y lo prohibido, entre la niña inocente y la adolescente perversa, desaparece al mostrar esa mirada que nunca es inocente, esa actitud tan transparente para el espectador que sabe al instante que están intentando seducirle.

Hoy existe en la publicidad un estereotipo de la seducción femenina, ya que muestra a la mujer un patrón muy marcado de comportamiento y un tipo de belleza asociado a la juventud, siendo por ello fácil de identificar su explícita intención. En la LOLITA concretamente encontramos:

- Una mirada insinuante que apela al espectador.
- La boca entreabierta.
- Un doble juego en su actitud y sus gestos, que son a la vez inocentes y perversos.
- Una belleza joven y angelical.
- La utilización de elementos propios de la infancia que representan una falsa inocencia, ya que se les dota ciertas connotaciones sexuales que los convierten en fetiches.
- La utilización de fantasías sexuales masculinas, que pertenecen ya a nuestro imaginario, como la colegiala o las gemelas, que se agregan a la fantasía de la LOLITA.

Así pues, la seducción siempre es exclusiva de una mujer joven y bella que utiliza los productos de belleza, moda y complementos que nos vende la publicidad, elementos por excelencia del universo de la seducción: maquillaje, zapatos, joyas..., y que no tendrían salida en el mercado fuera de una lógica de la seducción que no fuese la que impera actualmente.

La seducción ha quedado atrapada dentro de este sistema de estereotipos del ideal masculino. Hoy la mujer sostiene y representa una fantasía del hombre.

La publicidad utiliza este estereotipo de seducción para llegar más fácilmente a su público objetivo. Pero la existencia de un código perfectamente cifrado de la seducción, que reiteradamente aparece en la publicidad, puede hacer creer a la mujer que esa es la única forma de seducir en la realidad, el único papel que puede, y debe, desempeñar.

Así pues, ¿dónde queda el juego de la seducción si a cada signo le corresponde unívocamente un significado?

«Al representarse a sí misma, una mujer asume una posición masculina; quizás sea ésta la razón de que suele asociarse la feminidad con la mascarada, la falsa representación, la simulación, y la seducción».

CRAIG OWENS

ANEXO 1: ANÁLISIS DE LOS SIGNOS INFANTILES EN LA REPRESENTACIÓN DE LA LOLITA EN LA PUBLICIDAD

LOLITA ADOLESCENTE SOBRE-SIMULADA

PUPA		
Signos Infantiles	Actitud/Gestos	Apariencia propia de mujeres adultas
<ul style="list-style-type: none"> - Color rosa en la ropa. - Piel suave y blanca. 	<ul style="list-style-type: none"> - Posición de brazos que connota semiprotección. - Una mirada entre vergonzosa e insinuante que apela al espectador. 	<ul style="list-style-type: none"> - Medias de rejilla rosas y minifalda blanca → connotan vulgaridad. - Camiseta que deja ver el ombligo. - Melena con corte juvenil. - Cabello rubio teñido con la ralla oscura marcada. - Uñas rojas. - Maquillaje muy marcado: labios pintados de rojo y colorete en las mejillas.

FORNARINA		
Signos Infantiles	Actitud/Gestos	Apariencia propia de mujeres adultas
<ul style="list-style-type: none"> - Lazos rosa en la cabeza. - Calcetines de dinosaurios. - Camiseta con volantitos en los hombros. - Collar de colores un poco infantil. 	<ul style="list-style-type: none"> - La chica que está de cara. Transmite una seguridad en sí misma, una actitud dominante y un poco masculina: piernas separadas en una posición forzada, manos en los bolsillos, labios cerrados y mirada desafiante al espectador. - La chica que está girada. Se dirige al público seduciéndolo e invitándole a ir con ella: realza su trasero y se acaricia el collar. Tiene la boca entreabierta y su mirada arrastra al espectador hacia ese misterioso espacio desértico lleno de espejismos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Uñas pintadas de rojo. - Zapatos de tacón alto rosas. - Labios pintados. - Cabello teñido y con corte actual. - Ojos muy maquillados.

DOLCE & GABBANA (Colegiala)		
Signos Infantiles	Actitud/Gestos	Apariencia propia de mujeres adultas
<ul style="list-style-type: none"> - Gorra kitch repleta de botones. - Dos coletas. Parece llevar un uniforme de colegio: <ul style="list-style-type: none"> - Falda a cuadros escoceses de colegiala. - Corbata. - Camisa blanca. 	La “colegiala” se ha construido en el imaginario como una fantasía sexual masculina (como la enfermera...). Se deconstruye así su inocencia: <ul style="list-style-type: none"> - Se acorta su falda. - Se abren los botones de su camisa. - Se abren los pliegues de la falda escocesa. - Su corbata es más corta. - Su postura recuerda a la de una <i>streaker</i> en una barra (símbolo fálico). - Se muestra en una actitud rebelde. - Boca entreabierta (se le ven incluso los dientes) y mirada perversa. - Las mejillas están muy maquilladas para jugar con los “mofletes sonrojados” propios de una niña. 	<ul style="list-style-type: none"> - Colorete en las mejillas muy exagerado y ojos muy marcados. - Tacones altos con estampado de leopardo. - Medias oscuras.

CUSTO (abrigo)		
Signos Infantiles	Actitud/Gestos	Apariencia propia de mujeres adultas
<ul style="list-style-type: none"> - La goma de mascar y la pompa. - La postura de “pasota” propia de niños rebeldes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Brazos estirados y pegados al cuerpo, con las piernas abiertas y los pies hacia adentro: es una postura vulgar. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cabello rubio teñido poco natural. - Rostro muy maquillado, sobre todo los ojos. - Zapatos negros de punta con tacones altos. - Viste únicamente un abrigo corto que deja ver la mayor parte de las piernas.

CUSTO (minifalda)		
Signos Infantiles	Actitud/Gestos	Apariencia propia de mujeres adultas
<ul style="list-style-type: none"> - Está jugando a hacer pompas de jabón. 	<ul style="list-style-type: none"> - Boca entreabierta. - Postura vulgar y erótica: está tumbada en el suelo de lado y con las piernas abiertas, remarcando el corte abierto de su corta minifalda. - Tiene la barbilla agachada y mira directamente al espectador desafiándolo. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cabello rubio teñido poco natural. - Cara y ojos muy maquillados. - Labios pintados de rojo.

BLUGIRL (shorts)		
Signos Infantiles	Actitud/Gestos	Apariencia propia de mujeres adultas
<ul style="list-style-type: none"> - Color rosa y azul celeste: asociados a la infancia. - Corazón rosa atravesado por una "flecha de amor" pintado en el cristal → frecuente en la adolescencia. 	<ul style="list-style-type: none"> - Postura vulgar y erótica: manos apoyadas en el pantalón que lo agachan y dejan entrever parte de su cintura. - Sus mini-pantalones y su camiseta escotada dejan entrever la mayoría de su cuerpo. - Parece estar apoyada en la pared. Su pose recuerda a la de un maniquí que está en un escaparate listo para ser contemplado. - Tiene la boca cerrada y mira al frente transmitiendo seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cabello con mechas rubias teñidas. - Despeinada y maquillaje bastante natural.

BLUGIRL (falda)		
Signos Infantiles	Actitud/Gestos	Apariencia propia de mujeres adultas
<p>Camiseta corta de rallas rosa y negra.</p> <p>Postura de "pasota" que recuerda a la actitud de los niños inconformistas y rebeldes.</p> <p>Lazos en los zapatos.</p> <p>Falda repleta de signos asociados al deseo y la pasión:</p> <ul style="list-style-type: none"> - cerezas, que simbolizan la juventud, inocencia e ingenuidad, pero que enmascarada con cierta picardía. - ostras, fruto afrodisíaco. - granada abierta en dos partes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Postura vulgar, muy forzada. - Lleva una falda muy corta y como sus piernas están muy dobladas y un poco abiertas, deja ver la mayor parte de sus piernas. - Juega con su cabello, apartándolo de su rostro para mostrar mejor su mirada de indiferencia que apela al espectador. - Sus labios están cerrados.. 	<ul style="list-style-type: none"> - Zapatos negros con tacón alto. - Cabello con mechas rubias teñidas. - Maquillaje bastante natural.

CK (granjera)		
Signos Infantiles	Actitud/Gestos	Apariencia propia de mujeres adultas
<ul style="list-style-type: none"> - Bragas blancas: son propias de niñas y transmiten pureza. - Parece tener poco pecho. 	<p>Actitud muy descarada y vulgar, con una intencionalidad explícita de seducir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Se lame el pelo - Está tumbada en el suelo hacia arriba con el brazo detrás de la cabeza apartándose el pelo. - Posición muy explícita y sexual: piernas completamente abiertas que hace que se le suba la minifalda, dejando las bragas al descubierto. - Boca entreabierta. - Mirada descaradamente sexual que apela al espectador. <p>Recuerda a una escena de sexo en un pajar: connota sexo animal y salvaje. Se anula totalmente la seducción, te dice "llévame al granero y jódeme".</p>	<ul style="list-style-type: none"> Uñas pintadas. Cabello rubio teñido con marcada ralla negra en el centro.

BENETTON (Rubia - Morena)		
Signos Infantiles	Actitud/Gestos	Apariencia propia de mujeres adultas
Peinado con dos trenzas a los lados.	<p>El anuncio yuxtapone dos tipos de belleza: una rubia angelical e inocente, y una morena agresiva y seductora.</p> <p>- La morena: Brazos detrás de la nuca que remarcan un cuerpo atlético, fuerte, que realzan los pechos y hacen que la camiseta deje entrever el ombligo. Botón de los pantalones desabrochado. Postura forzada del cuerpo, que realza la sinuosidad de las curvas corporales. Barbilla hacia arriba, que deja ver mejor sus labios carnosos. Tiene una mirada desafiante hacia el espectador. Transmite una actitud de seguridad y dureza.</p> <p>- La rubia: cabeza ligeramente inclinada y una mirada dulce y perdida hacia el vacío.</p>	<p>- La morena: Piel brillante e insinuante. Maquillaje y cabello natural.</p> <p>- La rubia: Rubia natural con ojos azules. Cabello largo y con ondulaciones que enmarcan la cara y cuello: transmite sensualidad. Belleza angelical e inocente.</p>

LOLITA ADOLESCENTE DI-SIMULADA

TINTORETTO	
Apariencia propia de su edad	Actitud/Gestos
<ul style="list-style-type: none"> - Rubia inocente y de piel suave. - Rostro poco maquillado. - Peinado desenfadado. - Ropa no descarada: camiseta sin escote y falda por encima de la rodilla. - Uñas sin pintar. 	<p>Dedo en la boca:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Connota un poco de vergüenza y temor por ser observada que recuerda a la actitud de los niños cuando se sienten atraídos por algo peligroso que al mismo tiempo les da miedo. - Al mismo tiempo representa un signo fálico. <p>Color rosa: asociado a la infancia y a la primavera.</p>

ALBERTA FERRETTI	
Apariencia propia de su edad	Actitud/Gestos
<ul style="list-style-type: none"> - Rubias de ojos claros y angelicales. - Maquillaje natural con los ojos marcados. - Ropa de invierno y poco escotada, que tapa la mayor parte de su cuerpo. 	<p>Chica con el cabello corto:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posición que realza su trasero y la silueta de cuerpo: con la mano se toca el tacón de su zapato. - Boca entreabierta. - Mirada insinuante que apela al espectador. <p>Chica con el pelo largo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posición que transmite inocencia y protección (recuerda a los niños pequeños). - Boca cerrada. - Mirada insinuante que apela al espectador. <p>Color: tonalidades oscuras, discretas y serias.</p> <p>Las dos chicas transmiten una actitud juguetona y pícaro a través de su mirada y sus gestos que contrastan con la seriedad y formalidad de su ropa.</p>

WOMEN'S SECRET	
Apariencia propia de su edad	Actitud/Gestos
<ul style="list-style-type: none"> - Belleza natural y joven realzada por la ropa que es cómoda, seductora y juvenil. - Cabello suelto y a la cara. - Parece no llevar maquillaje. 	<ul style="list-style-type: none"> - Postura forzada que parece natural y que deja entrever la ropa interior y la mayor parte del cuerpo de la chica: sentada en el suelo con las rodillas dobladas y apoyada en una cama de raso que parece de matrimonio (connota sexo implícito). - Mirada perdida que no apela al espectador: da la impresión de estar contemplando a alguien. - Juego de luces y sobras que crea misterio e intimidad.

PUMA	
Apariencia propia de su edad	Actitud/Gestos
<p>Belleza natural y joven:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maquillaje natural. - Cabello rubio y suelto. 	<ul style="list-style-type: none"> - A pesar de que su postura transmite naturalidad, inocencia y protección, su chaqueta de lana con la cremallera abierta que deja ver de manera implícita sus pechos. - Boca cerrada. - Mirada directa hacia el espectador.

CALVIN KLEIN	
Apariencia propia de su edad	Actitud/Gestos
Belleza natural y joven: <ul style="list-style-type: none"> - Maquillaje natural. - Cabello suelto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Postura relajada que connota protección e insinuación al mismo tiempo. - Juego de luces y sombras que da misterio a la escena. - Boca cerrada. - Mirada aparentemente inocente hacia el espectador.

UNDERCOLORS OF BENETTON	
Apariencia propia de su edad	Actitud/Gestos
Belleza natural y joven: <ul style="list-style-type: none"> - Maquillaje natural. - Cabello suelto que no cubre el rostro. 	Brazos cruzados por detrás de la espalda que transmiten: <ul style="list-style-type: none"> - Por un lado, inocencia y actitud infantil (“yo no he hecho nada”). - Por otro lado, picardía y erotismo, pues se marcan los pechos y la camiseta deja entrever el ombligo. Los dibujos de las camisetas atraen la mirada lanzando un mensaje implícito: <ul style="list-style-type: none"> - Un ojo en el pecho → “míralo”. - Unos labios en las braguitas → “bésalo”.

BENETTON (rayitas)	
Apariencia propia de su edad	Actitud/Gestos
Belleza natural y joven: <ul style="list-style-type: none"> - Maquillaje natural. - Cabello suelto que no cubre el rostro. Aunque lleva las cejas depiladas y los labios un poco resaltados. Camiseta de rayitas de colores con un collar juvenil.	<ul style="list-style-type: none"> - Parece estar en una postura cómoda, pero realmente lo que hace es marcar la silueta y las curvas femeninas de su cuerpo, dejando ver que ya no es una niña sin caderas. A la vez se le levanta la camiseta. - A pesar de llevar una camiseta de rayitas, lleva el primer botón desbrochado, enseñando así un poco de pecho que no está bronceado. Y diciéndole al espectador “esto es carne prohibida”.

LOLITA ADULTA

BURBERRY (Columpio)		
Signos Infantiles	Apariencia propia de adolescentes	Actitud/Gestos eróticos
Jugar en un columpio. - Andar descalza.	- Viste natural y cómoda, con un conjunto blanco propio de una niña. - Pelo suelto y rubio natural. - No parece ir maquillada. - No lleva complementos.	- El pie es una parte del cuerpo muy sensual y juega con él a acariciarse la pierna descubierta. - La postura que adopta en el columpio resulta forzada, ya que se echa hacia atrás y levanta las piernas en una actitud erótica y juguetona. - Esta postura levanta ligeramente su falda e insinúa sus muslos. - Lleva el botón de la camisa desabrochado. - Mira al espectador apelándolo con la boca entreabierta.

BURBERRY (Piruleta)		
Signos Infantiles	Apariencia propia de adolescentes	Actitud/Gestos eróticos
- Le ofrecen una piruleta.	- El pelo recogido en una media coleta.	- Boca entreabierta. - Ojos maquillados. - Mientras un hombre que parece rendido a sus pies le ofrece la piruleta, ella mira al espectador para seducirlo.

CALVIN KLEIN (<i>Introducing Jewelry</i>)		
Signos Infantiles	Apariencia propia de adolescentes	Actitud/Gestos eróticos
- Un gesto que parece demandar protección al espectador.	- Belleza angelical. - No parece ir maquillada. - Cabello natural.	- Está dentro de la bañera y se cubre con sus brazos la parte del cuerpo que podría descubrirse. - Imagen cálida y sensual por el juego de luces y el vapor que parece desprenderse. - Lleva joyas, que descansan sobre su cuerpo desnudo. - Mira con la boca entreabierta y levanta ligeramente una ceja → insinúa y desafía.

DOLCE & GABBANA (Árbol)		
Signos Infantiles	Apariencia propia de adolescentes	Actitud/Gestos eróticos
<ul style="list-style-type: none"> - Camiseta de color rosa y con puntillitas. - Parece estar perdida en un bosque. - Mira con cierta timidez. 	<ul style="list-style-type: none"> - Corte de pelo muy juvenil: melena recta y flequillo corto. - Ojos claros y tez muy blanca y suave. - Parece no ir maquillada. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mirada sensual. - Labios entreabiertos. - Hombros descubiertos → parte del cuerpo muy erótica. - Parece abrazarse al árbol como pidiendo “compañía”.

HERMÉS		
Signos Infantiles	Apariencia propia de adolescentes	Actitud/Gestos eróticos
<ul style="list-style-type: none"> - Tipo de belleza angelical e inocente. 	<ul style="list-style-type: none"> Parece no ir maquillada. - Peinado natural. - Piel clara y lisa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Postura que adopta, que dibuja su silueta. Su vestido: <ul style="list-style-type: none"> Tejido de muselina en crepe de seda → suave y semitransparente. Diseño muy voluminoso → juega con los pliegues y deja ver gran parte de sus piernas. - Con su mano acaricia el agua y, al mismo tiempo, nos mira de forma sensual y con la boca entreabierta → parece querer o que la acaricien o acariciar al espectador. <li style="text-align: center;">↓ Parece ser una figura narcisista, pues acaricia su reflejo en el agua, acaricia su apariencia y, al no mirarse a sí misma y sí al espectador, parece intentar enamorar con ella.

La seducción de la eterna juventud. La figura de la Lolita en la publicidad.

ANEXO 2: ANUNCIOS PUBLICITARIOS

LOLITA ADOLESCENTE SOBRE-SIMULADA

PUPA



DOLCE&GABBANA



CUSTO BARCELONA

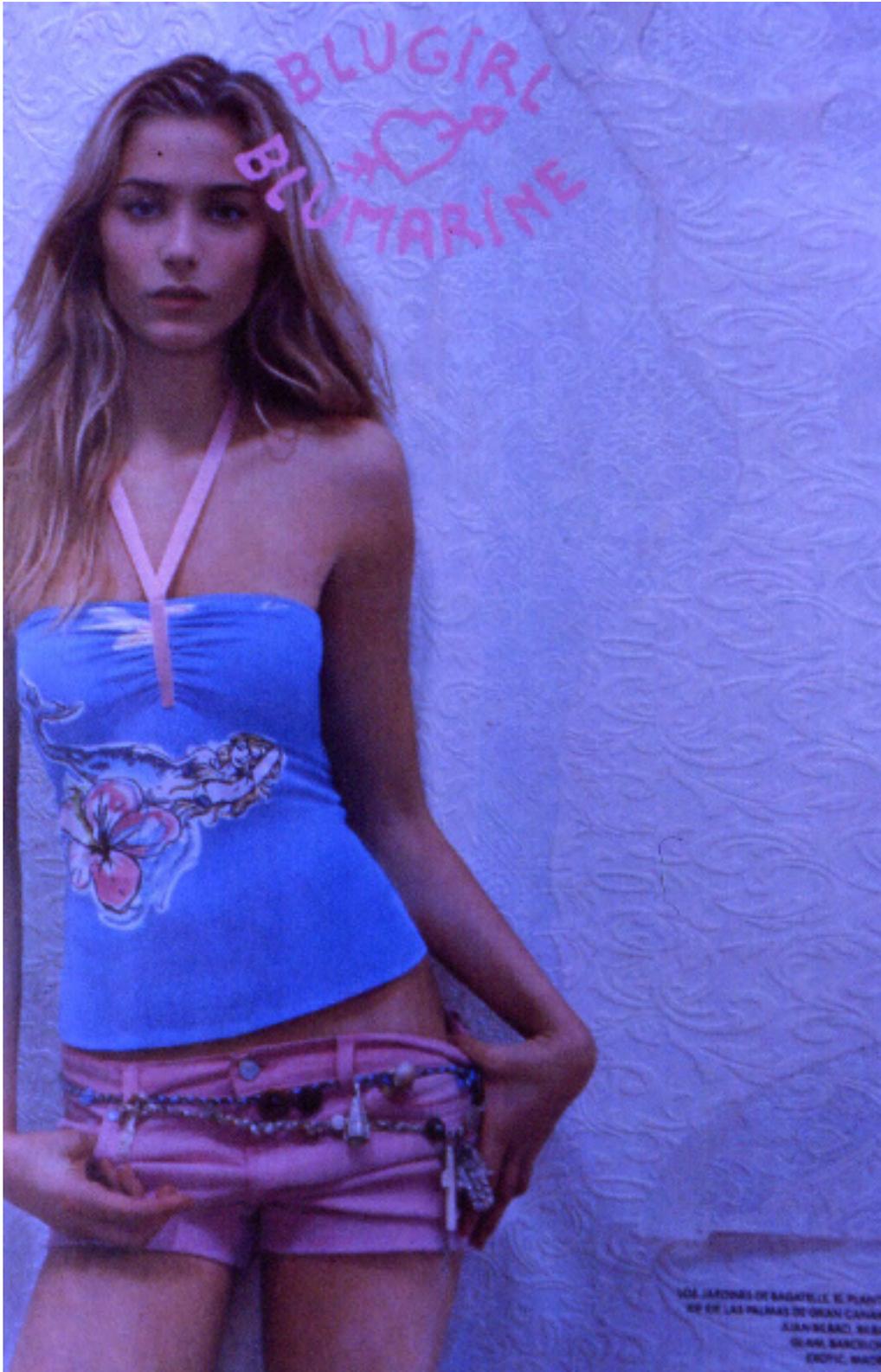


La seducción de la eterna juventud. La figura de la Lolita en la publicidad.

CUSTO BARCELONA



BLUGIRL



BLUGIRL



La seducción de la eterna juventud. La figura de la Lolita en la publicidad.

CALVIN KLEIN



BENETTON



LOLITA ADOLESCENTE DI-SIMULADA

TINTORETTO



Camiseta con estampación localizada con motivos florales en viscosa elástica y falda mini con tabla en delantero en piqué liso stretch. Ambiente pre-playa inspiración 70's.

FLORAL STREET
LA PROPUESTA TINTORETTO

SPRING
SUMMER
:04

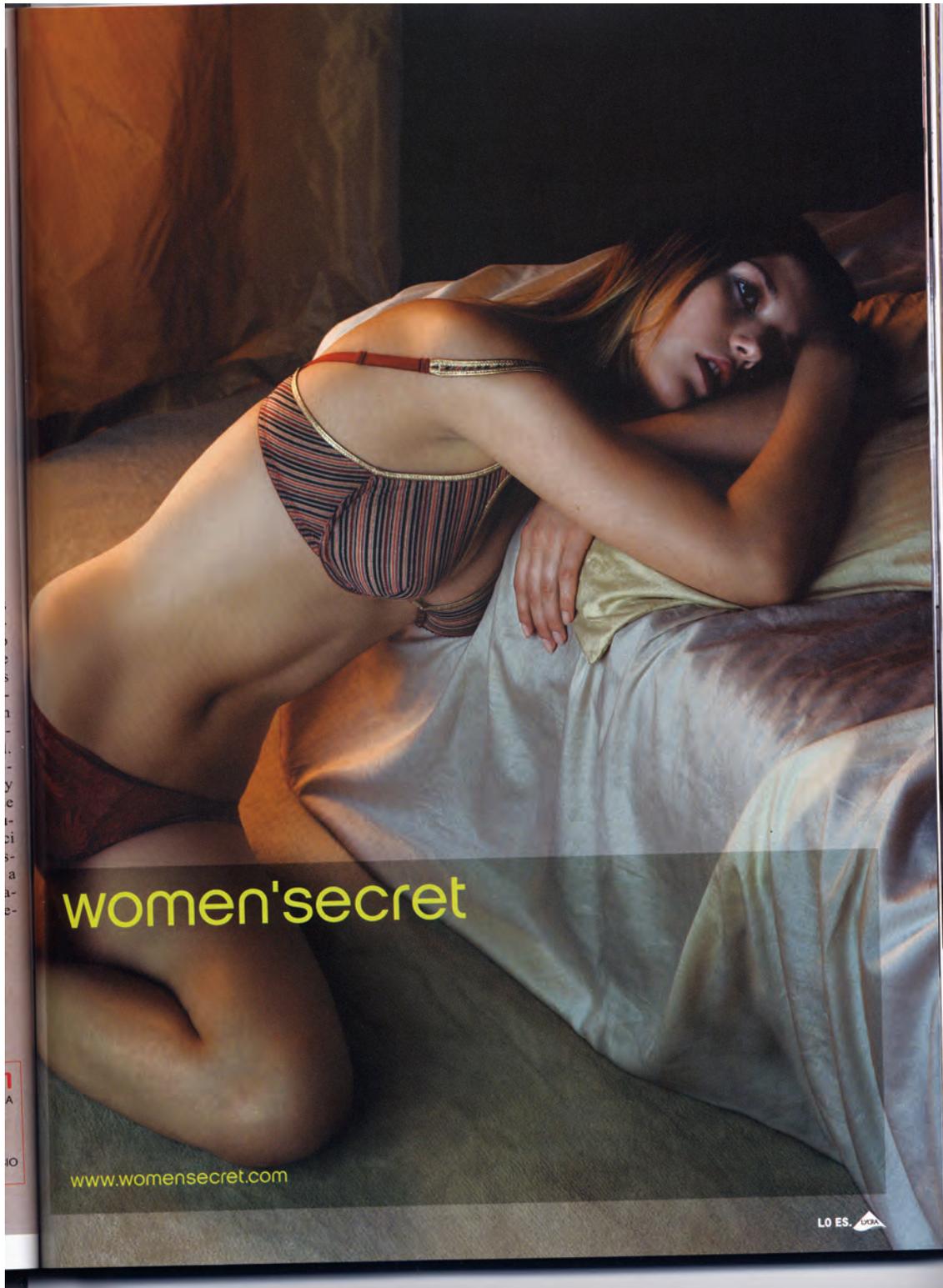
TINTORETTO

CORDON PRESS/D.R.

ALBERTA FERRETTI



WOMEN'S SECRET



PUMA



CALVIN KLEIN



La seducción de la eterna juventud. La figura de la Lolita en la publicidad.

UNDERCOLORS OF BENETTON



BENETTON



LOLITA ADULTA

BURBERRY



BURBERRY



CALVIN KLEIN



DOLCE&GABBANA



HERMÈS



AL HILO DE HERMÈS

HERMÈS
PARIS

Publicis Etchegaray

PARIS HERMÈS PARIS HERMÈS PARIS

Para más información:
Tel. 91/578 30 41.

Pulsera de plata.
Body anudado de muselina
de crêpe de seda estampada
"Toile Hermès".

La seducción de la eterna juventud. La figura de la Lolita en la publicidad.

HERMÈS



BIBLIOGRAFÍA

- BAUDRILLARD, J. (1989): *De la seducción*, Madrid, Cátedra.
- BAUDRILLARD, J. (1984): *Las estrategias fatales*, Barcelona, Anagrama.
- GUBERN, R. (2002): *Las máscaras de la ficción*, Barcelona, Anagrama.
- MARTÍNEZ, A. (1999): «La mujer y la seducción en el universo de la representación en la década de los 80 y 90», *Asparkia. Investigació Feminista*, num. 10.