

Tus cuentas de rap a balada: oda a la espiritualidad líquida ante el pronosticado devenir-negro del mundo

FLAVIA GARRIGÓS CABAÑERO

Universidad Complutense de Madrid

Tus cuentas de rap a balada: ode to liquid spirituality in the face of the predicted becoming-black of the world

Abstract

This article is a qualitative analysis of the audiovisual text of the Bakinter advert *Tus cuentas de rap a balada* (2021). In this advertisement, the new emerging element of the mechanisms of the creative imagination, following the theories of Théodule Ribot, is audiovisually analysed and read, leading to certain theories of Zygmunt Bauman and Achille Mbembe.

Key words: Creative imagination. Advertisement. Spirituality. Precariousness. Appearance.

Resumen

Este artículo es un análisis cualitativo del texto audiovisual del anuncio de Bakinter *Tus cuentas de rap a balada* (2021). El elemento nuevo naciente de los mecanismos de la imaginación creadora, siguiendo las teorías de Théodule Ribot, en este anuncio es analizado y leído audiovisualmente y conducen a determinadas teorías de Zygmunt Bauman y Achille Mbembe.

Palabras clave: Imaginación creadora. Anuncio. Espiritualidad. Precariedad. Apariencia.

ISSN. 1137-4802. pp. 121-134

Introducción

*Tus cuentas de rap a balada*¹ es un anuncio televisivo lanzado por la entidad bancaria Bankinter en 2021. Similar a un videoclip, el anuncio contiene dos estilos musicales en dos tipos principales de escenarios intentando reflejar, afirma la propia entidad² *la evolución del saldo de las cuentas de la mayoría de los españoles a lo largo del mes*. La canción está interpretada por la banda musical DVICIO, cuyo vocalista, Andrés Ceballos, protagoniza el spot.

Téngase presente que la publicidad necesita captar la atención del espectador, por lo que debe ser original y, a su vez, para afian-

1 DVICIO (intérpretes), L. RAPOSO, D. FERNÁNDEZ (compositores). «*Tus cuentas de rap a balada*», Sioux&Cyranos, Blur, 2021.

2 «Cantante, canción y letra del anuncio Bankinter 2021: *Tus cuentas de rap a balada*», Bankinter, 12 de octubre de 2021, <https://www.bankinter.com/blog/noticias-bankinter/cantante-cancion-letra-anuncio-bankinter-2021-rap-balada>.

3 RIBOT, T. (1901): *Ensayo acerca de la imaginación creadora*, Madrid, Librería de Victoriano Suárez.

4 BAUMAN, Z. (2003): *Modernidad líquida*, México, Fondo de Cultura Económica.

5 MBEMBE, A. (2016). *Crítica de la razón negra*. Barcelona, Ned ediciones.

zar una imagen de marca, entre otros mecanismos importantes, ha de ofrecer elementos que sean accesibles. Se procederá, por tanto, a una lectura del anuncio reconociendo las disociaciones y asociaciones, según las ideas de Ribot³, culturalmente evidentes, de experiencia y/o conocimiento comunes y, a través del análisis cualitativo del texto audiovisual, se vinculará el elemento nuevo de esta imaginación publicitaria con el concepto *líquido* del sociólogo Bauman⁴ y el pronóstico del filósofo Mbembe, *el devenir-negro del mundo*⁵.

Mecanismos de la imaginación

Un anuncio está condicionado a un fin (comercial), pero necesita la imaginación, puesto que ésta, como afirma Ribot⁶ se encuentra en cualquiera de las obras del ser humano, independientemente del ámbito al cual sirva el resultado final de dicha invención. Esa creación se inicia con la imagen de *algo*, con representaciones de otros *algos* ya existentes. El inventor toma lo existente, elige, limita para crear una unidad, una idea o imagen, llevando una síntesis subjetiva a un ideal, a⁷ *una construcción de imágenes que pertenece al tipo sencillísimo del bosquejo, y resulta de un doble trabajo: [...] de disociación y asociación*. Y, a través de las disociaciones y asociaciones de lo existente, la imaginación crea un elemento nuevo⁸.

6 RIBOT, op. cit., 14.

7 *Ibíd.*, 95.

8 *Ibíd.*, 93-96.

Fragmentaciones

El anuncio ha sido dividido en seis fragmentos, correspondientes a las partes de la canción y a la voz en *off* del final del mismo.

a) Fragmentación 1: «Soy rap»

Los primeros versos rapeados van acompañados por imágenes centradas en el protagonista en un espacio aparentemente cerrado, seguidas de otras con él junto a más personas bailando. Visten ropa informal y tienen cerca un cajero y billetes suspendidos en el aire.



La canción dice así: *Sí. Empiezo con todo, cobrando el primero, invitando a la peña, probando lo bueno. Soy un papichulo, viajando en mi carro. La vida sonrío; ya salí del barro.*

Si él empieza con «todo», puede invitar a la «peña» y, con dinero, ya que cobra el primero puede probar «lo bueno». «Todo» y «lo bueno» adquiere una interpretación libre, aunque estos tres versos lo enfocan al consumo y a la posesión como disfrute, que, al tratarse de un anuncio, no supone ningún misterio. Los matices llegan cuando se llama a sí mismo «papichulo». Según la RAE, esta palabra corriente del español de América significa: *hombre que, por su atractivo físico, es objeto de deseo*⁹. Se popularizó en España a raíz de un sencillo, con ese mismo título, de la cantante Lorna, que fue un éxito veraniego en 2003.

En el caso de esta canción, se denomina a sí mismo «papichulo», porque viaja en su carro, esto es, la tenencia de un vehículo le hace atractivo. Por otra parte, la palabra «carro» como sinónimo de coche también es usualmente utilizada en el español americano. Asimismo, es frecuente que los vehículos, mención y/o imagen, tengan especial protagonismo en los videoclips de estos géneros; sirva el ejemplo de *Saoko* de Rosalía¹⁰.

⁹ RAE, *Diccionario de la lengua española*, s.v. «papichulo», acceso el 22 de abril de 2022, <https://dle.rae.es/papichulo?m=form>.

¹⁰ ROSALÍA, *Saoko*, DIVISIÓN, 2022.

El uso de estas palabras le da una esencia más internacional, propio de géneros musicales actuales como el rap, el reguetón o el *trap*. Con ello, le da un carácter en supuesta sintonía con la juventud presente que está globalmente más conectada a través de las redes sociales.

Los versos de esta primera fragmentación expresan una imagen positiva de las acciones que la propia canción describe, procurada por el cobro de la nómina, aunque el protagonista no esté haciendo nada de lo que va narrando. Puede «cantar que hace» todas estas cosas, que *la vida sonríe*, porque según el último verso ha «salido del barro». Con esta última idea, que es negativa, se inicia la segunda fragmentación.

b) Fragmentación 2: «Me vuelvo balada»

En las imágenes, la cámara crea un ángulo picado en tanto que gira sobre sí misma, también habitual en los videoclips. Muestra recortes de calendario amontonados en el suelo, cuyos números del mes, a simple vista, no incluyen ninguno con un solo dígito. El protagonista propina una patada a esos recortes.

La cámara termina el giro hasta volver sobre la vertical, que es cuando ofrece una imagen en la que el protagonista está solo y cuando este nombra

la «balada», mirando a cámara. Finalmente, aparta la misma con su propia mano para, a modo de barrido, cambiar de espacio.



La canción dice así: *Pero, de repente, ya estamos a veinte. Y es cuando mi flow comienza a perderse. La cuesta final se me hace empinada. Y, ahí, de repente, me vuelvo balada.*

Resaltan tres factores. En primer lugar, las negatividades ya vaticinadas en aquel *salí del barro* de la primera fragmentación, presuponiendo a su vez que su situación tiene un carácter cíclico. Lo primero que expresa es un «pero» para contraponer la situación; una conjunción adversativa de mayor peso (negativo) que sus sinónimos. Otras negatividades es que «comienza a perder el *flow*» y desde ahí, los siguientes días (*la cuesta final*) serán duros (*se me hace empinada*). Son negatividades relacionadas con la llegada del día veinte, que le complican seguir el ritmo rápido, que «le hacen balada».

El segundo factor a resaltar es la doble utilización de la locución adverbial «de repente», es decir, de forma súbita, repentina. Si el sujeto se ve envuelto en esa situación de forma repentina, considerando siempre cómo nos ha descrito que le gusta gastar el dinero, entre las posibilidades y teniendo en cuenta que al parecer sus necesidades básicas están cubiertas, significaría que no es habilidoso para gestionar su capital.

El tercer factor, al igual que se ejemplificó en la fragmentación anterior, guarda relación con el carácter global de la creación, es decir, la inclusión del anglicismo «flow», que significa «fluir», frecuente en la cultura popular y en la música internacional, una palabra asociada al rap en relación al ritmo y la velocidad. Ese «fluir» está vinculado a la principal dicotomía de la canción, que se comprende cuando el protagonista se autodenomina «balada» y da paso a una de las partes lentas. Esto es, «fluye» más despacio, como es en sí la balada, un ritmo lento.

c) Fragmentación 3: Qué contiene la balada

Al desviar la cámara con su propia mano, cambia el espacio. En este, la tonalidad también varía: los tonos pasan de ser oscuros, relacionados con la noche y la fiesta, a azules y rosáceos. El protagonista toca el piano

y, en la medida en que se abre el plano, se observan matojos en el suelo y un caballo.



El protagonista avanza hasta el caballo, que le roza la cabeza con el hocico. En ese instante, se comprueba que, en realidad, está en un estudio de grabación. La naturaleza es simulada y se reafirma como tal. Entre otros detalles, el piano de cola, una creación humana difícil de transportar, y el mencionado caballo, que es blanco y, se verá más adelante, no tiene silla, con lo cual se simula indomado; la canción misma menciona esto. El hecho de que sea blanco transporta la imagen, entre otras opciones, a las referencias mitológicas de la cultura occidental clásica, sirva el ejemplo de Pegaso, el caballo alado de Zeus. Al ser una figura asociada a dioses y héroes, se encuentra, asimismo, vinculada a la lucha contra los males que acechen el mundo.

La canción dice así: *Y lo importante no es el dinero; es un amor que sea verdadero; es una puesta de sol, un caballo en libertad, la sonrisa de un niño en edad escolar. Eso no se puede comprar. No se puede comprar.*

La letra contiene tres elementos: despersonalización, enumeración, idealización. En el primer caso, la despersonalización referenciada es la afirmación del primer verso: *Y lo importante no es el dinero*. Al formular esta afirmación con carácter impersonal la vincula con una frase común como «el dinero no da la felicidad», cuyas asociaciones se comprobarán en tanto que se avance. Si lo importante no es el dinero, lo importante queda definido a través de un segundo elemento, una conjunción de características: *un amor verdadero*, un componente de literatura escrita y audiovisual que guarda relación con el amor romántico; *la puesta de sol* y *el caballo en libertad* hacen referencia a la naturaleza. Si el caballo es blanco, como se apuntó, simbólicamente ayuda a afrontar esta situación, a subir la «cuesta empinada»; por último, *la sonrisa de un niño en edad escolar* trata sobre la inocencia. El conjunto de la enumeración conforma ideas de características del ser y

su entorno presumiblemente puras. Como afirma en los dos últimos versos, todas estas cosas no se pueden comprar, que se asemeja al primer verso. En conjunto la enumeración de estos factores lleva a la idealización de dichos factores, falsa, no obstante, porque varios de esos elementos citados no aparecen o se descubren a propósito simulados.

d) Fragmentación 4: Narrando el decrescendo del boom

El protagonista se encuentra, de nuevo, en el primer espacio, con la gente bailando, un chico con una guitarra, un coche aparcado y algunas de estas personas sobre él, las luces de discoteca y una lámpara que simula ser un diamante.



La canción dice así: *Al principio del mes soy rap, pero al final soy más balada [Repetición] El primero, boom-boom-boom; día siete, boom-boom-boom; día veinte, boom-boom; y de ahí no más boom-boom.*

El protagonista explica que él tiene básicamente dos ritmos, expresados con la figura retórica ya anotada en la segunda fragmentación. Él es rap, es decir, tiene *un ritmo sincopado, [y su] letra, de carácter provocador, es más recitada que cantada*, según la definición de rap de la RAE¹¹. Con lo cual, al ser rap puede ir rápido, puede ser provocador. «Pero» es, nuevamente, una negación fuerte que refleja la dicotomía creada entre ambos estilos. Se usa para llegar a ese final en que es más «balada», esto es, que fluye a ritmo lento. En general, esto es lo que ha estado resaltando durante el análisis.

¹¹ RAE, *Diccionario de la lengua española*, s.v. «rap», acceso el 22 de abril de 2022, <https://dle.rae.es/rap?m=form>.

Por otra parte, el anglicismo *boom*, usado con la misma intención que «flow», es otro aspecto a dilucidar y, precisamente, este va acompañado de una coreografía que no hace solo el protagonista. Los cuatro versos en los utiliza este anglicismo, los acompaña con el movimiento popular de manos asociado a lanzar dinero, aunque literalmente no hay dinero. Simboliza el flujo de dinero y al ir aminorando contraponen los ritmos. Este gesto también es popular en la música comercial, como el tema del coche descapotable, por la ostentación. No obstante, como se anotó, no hay dinero y, respecto al coche, no se está utilizando más que como apoyo para los figurantes. Se debe anotar que tampoco viste ninguno de los componentes del vídeo nada que sea llamativo, como se vería en videoclips de muchos can-

tantes actuales y donde también existen referencias al dinero ya sea a nivel visual y/o a través de las letras de las canciones. Un ejemplo muy evidente sería el final del videoclip *BBHMM* de Rihanna¹² que está sentada en un baúl abierto lleno de billetes (y desnuda y manchada de sangre ajena).

¹² RIHANNA, «*BBHMM*», Megaforce, 2015.

No hay que olvidar, por supuesto, que «*money*» ya lo incluye el título –*Bitch Better Have My Money*. Existen un sinnúmero de ejemplos de relaciones con el dinero y la ostentación. Sin embargo, en este anuncio es una simulación de humilde ostentación, por eso, por ejemplo, las personas que componen el vídeo no llevan ropas o joyas llamativas, el único diamante está colgado en el techo, ni tan siquiera el coche llama demasiado la atención, los billetes no son mayores a cincuenta euros, etc.



e) Fragmentación 5: Espiritualidades y nóminas

Se vuelve, a través de un barrido, al espacio designado a la balada, en el que, como se anotará, aparecen más componentes mientras se abre el plano hasta abordar los dos espacios. Al inicio, en este espacio, aparecen los elementos expuestos antes, pero en esta ocasión están a contraluz, incluido el protagonista hasta terminar el primer verso.

La canción dice así: *Y es que el dinero a mí no me importa. Me basta con mirar las estrellas; ver las olas del mar y escucharte cantar y abrazar lo espiritual. Y a ti qué te voy a contar si nos toca ser balada hasta volver a cobrar.*



A diferencia del primer verso de la parte anterior de la balada, *y lo importante no es el dinero*, en este caso se personaliza la oración: *y es que el dinero a mí no me importa*. Supone una asimilación para valorar aquello de la vida que *no se puede comprar*, afirmación que se hace a sí mismo para sobrellevar la situación, pero con la cara oculta, es decir, lo expresa íntimamente.

Se retoma la exposición, no visual, de factores relacionados con la naturaleza como *mirar las estrellas* o *ver las olas del mar* y, se incluye, la naturaleza humana: cantar y escuchar.

Por último, él expresa «y» para abrazar lo espiritual, pero ambas enumeraciones de las partes de balada conformarían la configuración espiritual a la que se refiere. Se suman a los matojos, el piano y el caballo, al cual está acariciando, una especie de astrolabio y unos números en la parte inferior derecha del cuadro.



13 RAE, *Diccionario de la lengua española*, s.v. «astrolabio», acceso el 22 de abril de 2022, <https://dle.rae.es/astrolabio?m=form>.

14 RAE, *Diccionario de la lengua española*, s.v. «numerología», acceso el 22 de abril de 2022, <https://dle.rae.es/numerolog%C3%A1Da?m=form>.

El astrolabio es un *instrumento astronómico usado antiguamente para determinar la posición de los astros*¹³. Puesto que no se ha podido esclarecer el significado de los números, debido a la presencia del astrolabio y la alusión a lo espiritual, entienda-se la inclusión de los números, por el momento, como un guiño a la numerología, *una práctica supuestamente adivinatoria a través de los números o el estudio del significado oculto de los números*¹⁴. Son símbolos transformados de creencias más antiguas y/o esotéricas y de elementos alejados de lo urbano y la actualidad.

Finalizado el verso, se ofrecen los dos espacios enmarcados en luminosos, fuera de los cuales se ve el set donde se han creado dichos espacios.



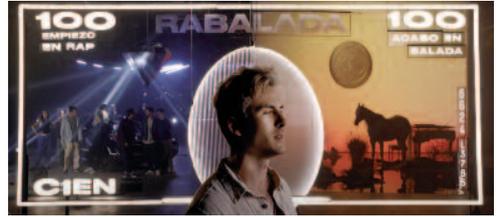
Se muestran más elementos circulares/ovalados que se unen al astrolabio y guardan relación con los ceros del número 100. En esta nueva imagen, se ve arriba a la izquierda *100 empiezo en rap*, abajo a la izquierda, cien y arriba a la derecha, *100 acabo en balada*. Mientras el protagonista introduce sus últimos versos, cruza dos mitades de lo que luego, en perspectiva, parece un huevo blanco: otra figura ovalada que simboliza el nacimiento. En este caso, solo se unen las dos mitades cuando el protagonista está en el centro.

Toda esta imagen, como afirma la entidad bancaria¹⁵, la distribución de los elementos mencionados, simula un billete.

Por ahora, resaltan las formas en su vínculo al carácter cíclico del conjunto y la incluso en el billete de los dos «ritmos» del mes.

15 «Cantante, canción y letra del anuncio Bankinter 2021: Tus cuentas de rap a balada», Bankinter, 12 de octubre de 2021, <https://www.bankinter.com/blog/noticias-bankinter/cantante-cancion-letra-anuncio-bankinter-2021-rap-balada>

En los últimos versos, el protagonista canta a ti *qué te voy a contar si nos toca ser balada hasta volver a cobrar*. En mitad del segundo verso deja de mirar a cámara, dirige su mirada fuera de campo y, con una fuerte bocanada de aire, termina con el verso *hasta volver a cobrar*. Se entiende esa profunda aspiración como esfuerzo sobre lo que precisamente narra la canción, aunque seguidamente sonría. Con lo cual, el verso mencionado sobre *abrazar lo espiritual* es una consecuencia negativa, mediante la cual se intenta positivizar la vida cuando se carece de dinero. Lo más importante, en consecuencia, es volver a cobrar y el abrazo espiritual queda como herramienta mental.



f) Fragmentación 6: Pretéritas dicotomías del ver

Cuando finaliza la intervención cantada del protagonista, este abandona el cuadro y da paso la voz en off.

El protagonista vuelve a entrar en cuadro, en tanto que la cámara se aleja y el huevo y el rectángulo que conformaba el billete se vuelve a desfigurar. Él pasa por detrás de estos y se reúne con los miembros del espacio del rap. En los laterales del cuadro se pueden observar herramientas básicas de un set de rodaje.



Y la voz dice así: *Porque en Bakinter sabemos que necesitas estirar todo lo posible tu dinero, cámbiate a un banco que desde hace nueve años no te cobra comisiones. [...]. Al fin y al cabo, eso es un banco que ve el dinero como lo ves tú.*



Este parte sugiere que la forma de ver el dinero, al menos «la mía» es diferente. Para elaborar esa nueva forma de ver el dinero, opta por una simulación de modernización de antagonicos, mediante el rap, las palabras internacionalizadas de cultura popular, técnicas audiovisuales propias de los videoclips de los últimos años y la inclusión de elementos como los coches o el diamante. Sin embargo, recurre a ideas y a elementos dicotómi-

cos antiguos que, de hecho, podrían ser una trayectoria desde los debates milenarios de filosofía y, aunque gran parte de los elementos sean simulados, todo ello se encuentra confrontado: rápido-lento, material-ideal, noche-día, interior-exterior, humano-animal, compañía-soledad (humana), etc. Por tanto, si, en definitiva, la voz afirma que ve el dinero como lo veo «yo» y solo existen opuestos, el resultado es completamente lógico: tener dinero es bueno, no tenerlo es malo. El inconveniente surge en que si «yo veo» el dinero como se muestra el billete al final del video, es decir, que el billete compone «mi historia», como un billete real lo hace de pasajes y personajes de la historia de una nación o naciones, y «mi historia» tiene la parte de rap y la parte de balada, significa que va a ser una situación estática, que se repetirá indefinidamente. Y es por ello el motivo por el cual el instrumento mental, la espiritualidad, tiene un caballo domado simulando ser salvaje dentro de un set de rodaje, un matojo artificial, un piano que supuestamente el protagonista toca, pero cuando él se detiene sigue sonando, unos números que se relacionan realmente con los códigos de verificación de los billetes, un astrolabio que finalmente parece una moneda por el número inscrito en ella, entre otros.

Por otra parte, surge una pregunta más sobre esto. Si la voz en *off* indica que ve el dinero como lo «veo yo», es posible llegar a la siguiente cuestión: Y ¿cómo veo «yo» el dinero? Es más, ¿quién «soy yo» para la entidad? Puede que las cuentas de mucha de la ciudadanía española tengan escasa liquidez a fin de mes, pero este anuncio, aunque la entidad nombre en un artículo vinculado a *la mayoría de los españoles*¹⁶, está orientado, como es normal, a un grupo de personas, sobre todo, por sus términos. Con todo se puede estimar «mi edad». Si «yo» tengo un trabajo, aunque sea precario, «puedo» supuestamente invitar a la «peña», probar «lo bueno» y mantener un «carro», significa que «no estoy» empobrecido hasta el extremo. Y es «supuestamente» porque la discoteca es ficticia, no hay bar y el coche no se mueve. Atendiendo a que, en realidad, es un set de rodaje mostrado, todo es apariencia. Una apariencia similar a las de las redes sociales.

«Yo soy» lo suficiente mayor para hacer lo descrito, pero no «parezco demasiado preocupado», por ejemplo, por el recibo de la luz. Y, no obstante, «la cuenta final se me hace empinada». En contraposición, se vuelven a encontrar factores que descolocan. Principalmente, el hecho de que exista

16 *Ibíd.*

un tramo del mes que sea difícil, pero la preocupación sea parecer o no un «papichulo». Además, el vídeo no simula estar hecho con móvil. Sea anotado que tampoco aparece ninguno en toda la creación. Por otra parte, aparecen billetes y un cajero, lo que puede confrontar con el creciente uso por parte de los jóvenes del pago móvil y/o del *bizum*. Otros ejemplos como la referencia al amor verdadero que acompaña a las generaciones Disney, en entredicho hoy en día. Y, sobre todo, las dicotomías, que no encajarían demasiado con la mentalidad en muy diversos temas de un gran porcentaje de población joven en la actualidad.

Es probable que, si todo es apariencia, la persona a la cual se dirija no «vea» en esos términos su vida y solo sea cuestión de parecerlo. En definitiva, «yo no soy; simulo ser». ¿Cómo afecta entonces esto al significado de la espiritualidad que afirma abrazar?

Espiritualidad líquida o cómo liquidar la espiritualidad

En cuanto al significado de «espiritualidad», RAE remite a «espíritu», que, entre las opciones, define como *principio generador, carácter íntimo, esencia o sustancia de algo*¹⁷. El anuncio no asocia la espiritualidad con la religión (no tiene por qué), no trata de crear un ambiente de secularización de la espiritualidad, ni tampoco se apropia de prácticas espirituales de otras culturas, ya que resalta aspectos culturales endógenos más alejados en el tiempo y los mezcla con los actuales sean o se perciban como espirituales o no.

17 RAE, *Diccionario de la lengua española*, s.v. «espiritualidad», acceso el 22 de abril de 2022, <https://dle.rae.es/esp%C3%ADritu>.

Más allá de esto, lo que el anuncio resalta es uno de los debates más longevos de la filosofía en torno a lo material y a lo ideal. Lo primero que ha recordarse en este instante es que, en esta ocasión, se elabora a través de dicotomía; lo segundo, es que al final del anuncio todo es apariencia. En caso de descartar la apariencia, lo «espiritual» será igualmente negado, ya que el protagonista regresa al final al espacio del rap, anulando la parte espiritual.

Si estos elementos son instrumentos mentales para llegar a fin de mes, significaría, en última instancia, que se abraza a lo espiritual, en el supuesto de hacerlo realmente, determinado número de días al mes. Y ese abrazo es a

elementos ambiguos, con lo que más que ayudar a uno a *sentirse*, podría más bien confundirle sobre sí mismo y, tal vez, esta es la razón por la que solo tendría que hacerlo determinados días al mes. Son estas razones por las cuales se ha introducido el conocido concepto *líquido* del sociólogo Bauman, con el que definió la sociedad contemporánea, asociándola a la cualidad de los fluidos que se mueven fácilmente. Es sus propias palabras, *la extraordinaria movilidad de los fluidos es lo que las asocia con la idea de «levedad»*¹⁸, lo cual procura una metáfora coherente para definir la sociedad actual.

18 BAUMAN, op. cit., 8. .

En este caso, la espiritualidad es líquida al ser leve y breve: cuando la fluidez en la cuenta se agota. De hecho, la idea de «llenar la cuenta» suele estar desvinculada, en nuestra sociedad, con la espiritualidad. Como en el anuncio, la espiritualidad se descubre falsa; el resultado de disociaciones y asociaciones de los creadores niega la espiritualidad y por ello su apariencia se percibe líquida, se vende líquida, instrumental, con lo que acaba estando vacía y solo existe en apariencia; es una espiritualidad en un billete que simula ser el mes del protagonista, pero de la que huye, es decir, solo puede haber un acercamiento superficial a lo espiritual o una mascarada espiritual y necesariamente dentro del sistema. Esta sería una demostración de la capitalización de lo supuesto espiritual que este anuncio muestra, intencionadamente o no, como metalenguaje y que, meditado, resulta pesimista para ser publicidad. ¿Qué conlleva esto? La idealización del dinero; el dinero que a partir del día veinte escasea, pero se quiere y ojalá se tuviese más, aunque no se afirme, para poder, en definitiva, aparentar.

La cuestión ahora es ¿por qué invita el anuncio a abrazar la espiritualidad líquida más allá de su fin comercial?

Sobrellevar la inminencia del *devenir-negro del mundo*

Inicialmente, se debe exponer cómo entiende el filósofo que hace este pronóstico, Mbembe¹⁹, al hombre de hoy. Afirma que este, atrapado como sujeto del mercado y la deuda, es un producto que se acoge a la imagen y las relaciones que guardan hechos y ficciones, sin esencia propia que proteger; sujeto al goce depende de la exposición

19 MBEMBE, op. cit., 29-30.

de su vida íntima haciéndola mercancía. *Hombre-cosa* [...], *hombre-flujo*, afirma el autor, se instrumentaliza a sí mismo y a otros en aras de procurar el goce y para ellos se somete al corto plazo, a su propia solubilidad para responder *al ultimátum que se le da a cada momento: transformarse en otro*²⁰.

Y afirma que

«por primera vez en la historia de la humanidad, la palabra negro no remite solamente a la condición que se les impuso a las personas de origen africano durante el primer capitalismo –degradaciones de distinta índole, desposesión de todo poder de autodeterminación y, sobre todo, del futuro y del tiempo, esas dos matrices de lo posible. Es esta nueva característica fungible, esta solubilidad, su institucionalización como nueva forma de existencia y su propagación al resto del planeta, lo que llamamos “el devenir-negro del mundo”.»²¹

Al incorporar las palabras de Mbembe a la lectura del anuncio, se entiende que se es apariencia y esa apariencia está condicionada y por esa razón entendemos al protagonista por joven, porque es un producto de imaginación de ideas disociadas y asociadas sobre la juventud actual, pero de una forma estancada. El protagonista vive aparentemente en constante goce hasta el día veintiuno, y en esos veintiún días, tampoco tras ellos, no hay más que dos referencias a alguien que tenga importancia para él y no necesariamente hace referencia a una pareja. Con lo cual, la *sonrisa de un niño en edad escolar* estando, a su vez, en la parte ideal resulta ser algo que el protagonista no va a alcanzar. Ni siquiera hay referencia directa a una pareja o a cualquier otro familiar, por lo que está solo, ya que únicamente nombra a la «peña», un núcleo no demasiado definido. El niño es una idea mental, la pareja es una insinuación y la familia consanguínea no existe. No hay pasado ni hay futuro. Solo hay aparente goce durante veinte días. ¿A dónde conduce esto? Precisamente a esa *desposesión de todo poder* [...] *del futuro y del tiempo*²², que nombraba Mbembe. Y el anuncio invita a aceptarlo a través de una espiritualidad líquida. El anuncio invita a aceptar la precariedad. Como *cosa*, como *flujo*, el anuncio invita al sujeto a aparentar lo contrario y expone un supuesto tipo distinto de umbral de pobreza, que no es más que una máscara y, sobre todo, por el hecho de que su imaginación no ve un futuro distinto para el sujeto.

20 *Ibíd.*, 30.

21 *Ibíd.*, 32.

22 *Ibíd.*, 32.

Conclusión

Los conceptos de Ribot respecto a la asociación y la disociación ofrecen esta criatura amorfa y un mundo imaginario dicotómico supeditado a las apariencias. Por ello, cuando afirma ver el dinero como lo ve el sujeto a quien se dirige, tras lo mostrado y con esa evidente maraña de elementos asociados al *ser* hoy y al *ser* con y sin dinero, esa afirmación se convierte en su contrario. En definitiva, como es habitual en publicidad, se afirma algo para que el espectador lo asimile y es, por ello, que invita a la conformidad de la situación, a la apariencia y al interior entristecido porque ni lo material o lo que procura el dinero, que enumera el anuncio, llena realmente y la espiritualidad es líquida y vacía en última instancia. Los mensajes que lanza, meditados, son alarmantes. El producto de la imaginación para este anuncio nombra por sí mismo el «barro» en su connotación metafórica negativa. En consecuencia, el único futuro que vislumbra la creación es uno en que cabe la posibilidad de que la mala gestión del sujeto le haga no salir del barro, situación que se puede prolongar en el tiempo debido a las circunstancias. Sumerge al sujeto en un ambiente de aceptación que se basa simplemente en tener o no tener o, más bien, tener suficiente para poder aparentar tener algo o no tener ni siquiera para aparentar.

Referencias bibliográficas

«Cantante, canción y letra del anuncio Bankinter 2021: *Tus cuentas de rap a balada*», Bankinter, 12 de octubre de 2021, <https://www.bankinter.com/blog/noticias-bankinter/cantante-cancion-letra-anuncio-bankinter-2021-rap-balada>.

BAUMAN, Z. (2003): *Modernidad líquida*, México, Fondo de Cultura Económica.

DVICIO (intérpretes), L. RAPOSO, D. FERNÁNDEZ (compositores). «*Tus cuentas de rap a balada*», Sioux&Cyranos, Blur, 2021

MBEMBE, A. (2016): *Crítica de la razón negra*, Barcelona, Ned ediciones.

RIBOT, T. (1901): *Ensayo acerca de la imaginación creadora*, Madrid, Librería de Victoriano Suárez.

RIHANNA, «*BBHMM*», Megaforce, 2015.

ROSALÍA, «*Saoko*», DIVISIÓN, 2022.