

## Divas audiovisuales del pornopop

Héctor Villarreal

A más de 50 años de la publicación del primer número de *Playboy*, ser modelo, cantante, conductora o actriz son papeles intercambiables y distintas facetas de quienes se consideran a sí mismas artistas completas bajo el aura multimediática de la celebridad o la fama. Con el tema de la sexualidad explícita o semiexplícita, calendario, revista, disco, película, presentación personal, concierto, programa de televisión (variedad, telenovela o *reality show*, ¡libro!, etcétera, son productos que las industrias culturales comercializan como consecuencia de la mutación axiológica de la sociedad hacia el culto al éxtasis y la construcción mercadológica de una cultura porno-pop.

De acuerdo con el sociólogo estadounidense Daniel Bell, en su célebre ensayo *Las contradicciones culturales del capitalismo* (1970), “el hedonismo, la idea del placer como modelo de vida, se ha convertido en la justificación cultural, si no moral, del capitalismo. Y en el *ethos* liberal que ahora prevalece, el impulso modernista, con su justificación ideológica de la satisfacción del impulso como modo de cultura, se ha convertido en el *imago* cultural”. ¿Qué son, entonces, Britney Spears, Christina Aguilera, Kylie Minogue, Jennifer López (¡Yei Lou!), herederas de Madonna, y sus réplicas en el tercer mundo (Belinda, Pau Rubio, las RBD, *et al.*), sino el paradigma de un *look* que se construye con modas, actitudes y discursos (en ese orden) sobre el ser y el quehacer de la mujer posliberada de manera real o imaginaria?

Cuando el video mató a la estrella de la radio y la imagen visual se convirtió para la industria en un atributo intrínseco de la interpretación femenina, el vedetismo se volvió un

género superado gracias a instituciones como MTV: cantantes en lencería o bikini a domicilio y en clasificación apta para toda la familia, o que lucen semidesnudas —en los límites de lo no-pornográfico— en revistas como Maxim, FHM Man, Max, H, entre las más importantes, así como en *portafolios* de aquellas especializadas en lo más frívolo de *la farándula y las sociales*.

Apenas llegó a su fin la serie *Sex and the City* atestiguamos el éxito de *Desperate Wives*, pretexto idóneo para afirmar que la televisión institucionaliza los valores, los estilos de vida y la performance de la sexualidad prototípica de la mujer, y los premios Grammy son su celebración catártica.

A pesar de nuestra pobreza y el machismo prevaleciente, lo que nos define como sociedad no son las necesidades ni las miserias, sino los deseos y las aspiraciones, por lo que la apariencia tiene preeminencia sobre “la realidad”. La contradicción cultural de nuestro subdesarrollo es la del guadalupanismo abnegado y mojigato vs. los modelos aspiracionales que reconocemos en la televisión como exitosos, pero tranquilizamos nuestra conciencia cuando nos enteramos de que Thalía se casó “por la Iglesia” con un hombre rico y bueno (como en sus telenovelas) o maldecimos a Niurka por denunciar públicamente la inapetencia sexual del padre de su hijo y abandonarlo para irse con un estriper.

En mi opinión, muy poco puede haber de nuevo en cuanto a la liberación femenina después de Marlene Dietrich tanto en las pantallas como fuera de ellas. Del *girl power* de las Spice Girls al *pelo suelto* de Gloria Trevi, entre más proclaman discursos de rebeldía femenina, menos credibilidad tienen —al menos para mí. Ni la genial Björk, con su debilidad por los patanes, fue capaz de dar testimonio de una liberación femenina plena. El feminismo, luego de haber alcanzado su techo de realización fácticamente posible y filtrado

por la industria fonográfica y del video, es un tema más, inocuo y vacío. La exageración del discurso sexual también es plástica, también es prótesis, como diría Baudrillard.

Paralelamente, escándalos como el propiciado por mostrar (“accidentalmente”) un seno durante uno o dos segundos por Janet Jackson en el programa de televisión con mayor audiencia mundial (el Superbowl) detonan el complemento ideal para el aparato publicitario del porno-pop: el puritanismo, que en sus versiones republicanas, opusdeístas o providistas sólo sirven para hacerle el caldo gordo a los vivales (pregúntenle a Marilyn Manson). El escándalo vende y los discursos de censura o condena aumentan la venta mediante su efecto de espectacularización.