

La sociedad transparente

por **D. Vicente Verdú**

*Conferencia pronunciada
el 10 de febrero de 2004*

Forum Deusto

La sociedad transparente

Vicente Verdú*

La modernidad se quiso iluminada pero la postmodernidad aspira a ser transparente. El capitalismo de producción se afianzó en los robustos armazones y los pesados objetos negros: las chimeneas negras, las baterías de cocina negras, los paraguas, los vestidos, las máquinas de escribir, los teléfonos y los coches negros. Luego, el capitalismo de consumo escogió las superficies brillantes, el aluminio y el acero inoxidable, las pinturas metalizadas, los materiales de raylite, los limpiadores domésticos que prometían cambiar polvo por brillo, los modelos de Paco Rabanne. En nuestra época, finalmente, con el capitalismo de ficción, la visión alrededor se hace transparente en las carcasas de los ordenadores, en los edificios, los relojes, las blusas, los tirantes del sujetador. La materia palpable se reemplaza por los pixels, lo sólido por el plasma, lo pesado por lo liviano, el hormigón por el vidrio y la conexión alámbrica por el wireless. El paso de lo que espeso a lo invisible, de lo real a lo virtual, es el arma clave que dispone el capitalismo reciente para no ser apresado ni perecer: se liquidan las fronteras entre producción y especulación, entre la herramienta y la idea, entre el artículo y su logo. El sistema puede parecer corrupto, incluso hediondo, pero se encuentra a salvo de morir porque su universo social y productivo ha pasado de manifestarse físico a quererse ideal.

Lo carnoso, lo grueso, lo opaco, componían las estructuras del pasado pero hoy las dramáticas estaciones ferroviarias se convierten en

* VICENTE VERDÚ estudió Ciencias Económicas y se doctoró en París. Pasó un año en Harvard con una beca de periodismo, considerada la recompensa internacional para periodistas que sigue al Pulitzer. Ha obtenido los premios Miguel Delibes, González Ruano y Julio Camba de periodismo. En cuanto a sus libros, ha recibido el Premio Espasa y el Premio Anagrama de Ensayo. Su último libro, *El estilo del Mundo*, ha sido ya traducido a varios idiomas.

aeropuertos transparentes y los combustibles fósiles tienden a ser sustituidos por un gas. El siglo xx fue el último siglo sólido, tanto en las cosas como en las ideas, y ahora es el momento de la máxima liquidez. El tiempo de la subordinación del dinero metálico al electrónico, de la suplantación de la ideología por la ironía, de la utopía religiosa o política por el parque temático, de la realidad por el reality show. Lo que era fuerte ha perdido complexión y las empresas planean como formaciones traslúcidas. Lejos de consolidarse el capital de las mayores corporaciones en edificios heráldicos aferrados al centro de las urbes, las firmas se disipan por las sprawl cities, se expanden apaisadas por el territorio informe, apareciendo y desapareciendo en las pantallas.

En el capitalismo de producción el secreto era una condición de la religión, del arte, de la política o del sexo, pero ahora en el capitalismo de ficción el secreto huele mal; es dudoso, acaso corrupto y políticamente incorrecto. Transparencia es ahora el término más invocado en los medios de comunicación, en los foros económicos, en los parlamentos o en los estudios médicos, en las tertulias y en los congresos. Para la carne de buey, el Centre d'Information des Viandes (CIV) garantiza el músculo cortado con hacha gracias a Le Contrat de Transparence pero, en la carne humana y sexual, el auge de la pornografía, dentro o fuera de Internet, responde a la misma exigencia: la exhibición sin sombras.

En las tomografías por emisión de protones (PET), por tomografía axial computerizada (TAC) o por resonancia magnética (RM), se habla de un «cuerpo transparente». Pero la vigilancia militar, política, industrial, a través de la agencia NSA, del sistema Echelon o del proyecto Galileo buscan también la diafanidad. La Transparency International fue creada en 1993 con secciones en más de setenta países con el fin de examinar su grado de criminalidad y airear cada año el Índice de Percepción de Corrupción (IPC) clasificando a los Estados según la densidad de sus delitos. El planeta global, autoproclamándose democrático, busca la apariencia ideológica de una esfera vidriada para la supervisión y la supervisión.

¿Podría hoy concebirse un buen gobierno sin presumir de transparencia? Norman Foster, en respuesta a esa presunción política, diseñó primero el Reichstag y después la sede del Ayuntamiento de Londres («un testículo de cristal» le llamó el alcalde Ken Livington) como dos contenedores exentos de velos. Pero, igualmente, el Experience Music Project en Seattle de Frank Gehry, la mediateca de Toyo

Ito en Sendai, la sede de la UEFA de Patrick Berger en Nyon, la Biblioteca François Mitterrand en París de Dominique Perrault, la ampliación del Reina Sofía de Jean Nouvel, el centro comercial de Massimiliano Fuksas en Viena, todo aquello que quiere ser apreciado recurre a la transparencia

¿La gestión empresarial? La nueva fábrica de Volkswagen en Dresde, inaugurada en marzo de 2002, se llama Gläserne Manufaktur (Fábrica de cristal) y desde cualquier punto exterior puede contemplarse el proceso de producción completo mientras los trabajadores expuestos al público aparecen como artesanos. Más aún: los visitantes pueden adentrarse hasta el corazón del edificio y proponer diseños para futuros automóviles mientras toman una copa en el bar o almuerzan en el restaurante. La fábrica es penetrable, pública, interactiva, porque la pretensión de la firma es hacer creer en la inexistencia de muros entre productor y cliente, fabricante y comprador.

La vista del público

Al «todo es política» del comienzo del capitalismo de consumo en los años sesenta sucede el «todo es público» en los principios del capitalismo de ficción. Cuestiones como el sida, la homosexualidad, la violencia doméstica, la pedofilia del clero, los cambios de sexo, los implantes mamarios, han ganado publicidad total. En 1999, entre las obras finalistas del premio Turner, la obra más visitada fue una instalación de Tracey Emin, *My Bed*, consistente en la presentación de una cama revuelta donde estuvo convaleciendo la artista tras padecer un aborto. Las sábanas y el edredón aparecían manchados de orín, huellas de sangre y humores de color amarillo mientras, en lo alto, un letrero rezaba «Cada parte de mí está sangrando». Junto al lecho aparecían dos botellas de vodka vacías y una de zumo, varias bragas, compresas y kleenex usados, condones, anticonceptivos y un muñeco de peluche. Una voz en off de la artista, entretanto, narraba los pormenores de sus perances y las estragadas sensaciones que vivía. Tracey Emin no tenía nada que ocultar. No deseaba ocultar nada: más bien la exposición tenía por fin su exposición.

Ese mismo año, en la 48.º Bienal de Venecia, podían contemplarse vídeos con grabaciones de gente haciendo confidencias por teléfono (Christian Marclay) o en la intimidad de su alcoba (Dieter Roth) y, en enero de 2000, el Fondart, dependiente del Ministerio de Educación

chileno, instaló en una calle de la capital un apartamento acristalado donde una joven comía, se bañaba, dormía o defecaba, ante los peatones. En Génova se experimentó algo parecido con una pareja y, en París, las Galerías Lafayette mostraban dos amas de casa haciendo sus faenas diarias en el escaparate. El interés por no burlar nada a la vista llevó a que, en 1994, la libanesa Mona Hatoum expusiera en la Tate Gallery una videoproyección titulada *Foreign Body* donde se autoexploraba el interior de su intestino a través de un aparato endoscópico provisto de banda sonora.

La privacidad quedaba antes excluida de la observación pública pero ahora, en el reino de la transparencia, se ha convertido en materia prima para la explotación. En la exposición *Miradas Impúdicas* que Rosa Olivares montó en Barcelona para la Fundación La Caixa (abril-junio, 2000) se exhibían videos, fotografías y webs de gente anónima que enseñaba su hogar, su cuerpo, sus vicios. «La intimidad —decía la comisaria— no es un tema que haya puesto ahora de moda un grupo de artistas modernos, sino que responde al espíritu de la época tal como demuestra la diversa procedencia geográfica de los artistas que participan». Un espíritu de la época que no es sino la difusión del gusto protestante por la evidencia: los templos desnudos de estampas y esculturas, los negocios «limpios», las relaciones explícitas, el cortejo sexual sin equívocos. La transparencia es algo más que un requisito moral: es una cultura muy norteamericana y anglosajona que enaltece lo empírico, un mundo explícito e inteligible de principio a fin, un planeta supervisado.

Información íntima

La pasión de ver o saberlo todo ha hallado importante satisfacción en la divulgación de las web cam, o pequeñas cámaras que difunden imágenes por internet. Sus propietarios las instalan en sus salones, cocinas y cuartos de baño para transmitir a los demás el aspecto de su intimidad. Gracias a la cámara el emisor entiende que su existencia gana valor, cambia su rutina ciega por la excepcionalidad de la visión múltiple, entrega su secreto, que no vale nada, a cambio de un vistazo público. Unos muestran sus juegos con los nietos, otros sus copulaciones, otros simplemente los bostezos. La exhibición otorga valor, una vez que el capitalismo de ficción ha enseñado que nada logra vigencia si no llega a ser imagen. La vida privada se cotiza cada vez menos mientras el espectáculo lo es casi todo.

Gundar Berzins, ministro de Economía de Letonia, cuya gestión sufría numerosas críticas, decidió instalar, en noviembre de 2000 una web cam en su despacho para que los ciudadanos pudieran «comprobar» durante las 24 horas la «verdadera» eficiencia y honradez de su gestión. Se trataba, efectivamente, de un recurso burdo pero los asesores lo aprobaron porque a la gente le parecía de interés. El presidente argentino Fernando de la Rúa, también pensó en exponerse dos veces a la semana para hacerse más creíble pero no consumó el proyecto porque, en este caso, los asesores temieron que pudiera perjudicarle su afición a los bonsais y a los partes meteorológicos.

Desde hace años, cinco estudiantes, chicos y chicas, de Oberlin, en Ohio, se exhiben (www.hereandnow.net) ante 40 cámaras y son millares los solteros, casados, familias internautas, que invitan a compartir su intimidad. *The Un-Private House (La casa no privada)* fue el título de una exposición en el MOMA, en 1999, donde 26 arquitectos presentaron sus proyectos de habitación abierta. Terrence Riley, director de la sección de Arquitectura del centro, dijo: «Desde hace 400 años contemplábamos una progresión de la intimidad. Ahora el fenómeno se invierte». La intimidad aireada en las webs, en los reality shows y los talk shows, en los gran hermano o en los descarnados libros autobiográficos ha pasado a ser mercancía corriente. Todavía hay mucha gente que se resiste a ceder su intimidad o se escandaliza con el comercio de su aforo pero, sin lugar a dudas, esa doble actitud está condenada al destierro.

Haría falta dejar de usar la tarjeta de crédito, no facilitar a nadie el número del carné de identidad, la profesión o el domicilio, no responder a ningún cuestionario, no atender a los televendedores, no usar el móvil ni el teléfono, no comprar billetes de tren o avión, no entrar en internet ni escribir un e-mail, no comprar orfidal, para creer mantener la privacidad a salvo. Porque ni aún así no lo lograríamos. En 1992, la policía española requisó a la empresa Publicest uno de los mayores y mejores bancos de datos de España, en 1995 el censo electoral español se vendió en el mercado negro por 7 millones de pesetas y, en 1998, Protección de Datos impuso multas por valor de 1.000 millones de pesetas a empresas que revelaron información íntima.

En 1997 cundió la noticia de que American Online (AOL) traficaba con su fichero de ocho millones de abonados y facilitaba la lista de artículos demandados on line por todo el planeta. Los clientes pueden pedir ahora, cuando navegan por AOL, que su identidad permanezca secreta pero entonces no. En 1997 se conoció también que Kellogg's y

McDonald's sonsacaban a los niños que visitaban sus webs el sueldo de la madre y del padre, sus ocupaciones y las fechas de cumpleaños de los familiares.

Fiestas infantiles, hospitales, agencias de viajes, clubes de fútbol, videoclubes, centros comerciales, gasolineras... Nuestros datos están recogidos en múltiples ficheros sin que sepamos a dónde van a parar y cómo podrán utilizarse. El comercio con fichas personales se ha extendido tanto en los últimos años que una sola compañía, Acxiom Corporation in Conway, poseía un banco de datos que cubre hasta el 95 % de los hogares norteamericanos. Consecuentemente, entre sus principales clientes destacan empresas líderes en información como AT&T, los almacenes Wal Mart, Citibank, Citicorp o IBM, Allstate y Automatic Data Processing (ADP), que manejan la mitad de las nóminas de norteamérica.

Así como los trabajadores del capitalismo taylorista se hallaban sometidos a observación para cronometrar sus movimientos dentro de las naves fabriles, ahora se practica la vigilancia total y sobre la existencia entera. En la red, las cookies, códigos o programas incrustados en el disco duro que identifican al usuario, cumplen parte de esta función. En la jerga de los internautas estos programas son conocidos como «E.T.» porque después de que se han acomodado en el ordenador y registrado los datos hacen lo que E.T.: telefonan a su casa. A medida que se fueron conociendo los peligros para la intimidad, aparecieron varios programas (AtGuard, BackOrifice, NetBus, Kremlin) protectores o «tritadores de cookies» y algunos navegadores ofrecen la posibilidad de rechazarlas, pero la mayoría de los usuarios, aunque rehúsen alguna vez, también las aceptan. Georg Simmel decía que a las personas cercanas no revelamos determinadas cosas pero que sentimos una irresistible inclinación para desahogarnos con los recién conocidos. Encima, mucha gente acepta entregar los derechos de su privacidad y ser bombardeada con anuncios, a cambio de recibir descuentos, pequeños regalos o entradas para el concierto.

En cuanto al puesto de trabajo, cualquier empresa puede adquirir por unas 20.000 pesetas un software del tipo Spector, Asentor, Investigator o eBlaster, válidos para rastrear las conversaciones y los correos electrónicos de los empleados. ¿Injurias a los jefes? ¿Sediciones? ¿Deslealtades? No importa qué comunicación puede ser registrada y localizable. En 1997 una investigación de la American Management Association sobre 900 grandes compañías concluyó que hasta dos tercios de ellas espían electrónicamente a sus trabajadores.

La televigilancia

Rescatar el grado de intimidad que existía en los años 70 es ya una quimera. Las gentes se resistían antes a ser indagadas por los encuestadores, a ser grabadas por las videocámaras o a ser espiados en internet, pero las nuevas medidas contra el terrorismo, han terminado por desvalijar cualquier secreto. En Estados Unidos, el Pentágono pondrá en marcha un supersistema informático llamado Total Information Awareness (Total Conocimiento de la Información) para vigilar las vidas de los estadounidenses e indagar en sus comunicaciones electrónicas, sus transacciones bancarias y sus datos personales sin necesidad de autorización judicial.

En el Reino Unido, principal laboratorio de la videovigilancia, había instaladas, en 2000, más de 230.000 cámaras en 2.000 puntos públicos a los que hay que añadir las cámaras con circuitos cerrados en lugares comerciales y privados. Después del agua y la electricidad, el gas y las telecomunicaciones, la televigilancia se ha convertido en la quinta red urbana de Gran Bretaña y pronto lo será en Estados Unidos. Y no sólo en Estados Unidos. Por encima del mapa, a escala internacional se encuentra finalmente el programa Echelon de la National Security Agency (NSA), una agencia de información creada por Estados Unidos, Gran Bretaña, Canadá, Australia y Nueva Zelanda destinada a controlar todo el tráfico internacional vía satélite y capaz de aislar determinadas palabras o frases a partir de cientos de miles de mensajes. La NSA que fue creada en 1949 para interceptar las comunicaciones estratégicas de los países del Pacto de Varsovia, ha dirigido su propósito, tras la guerra fría, a una televigilancia global. Cada día, millones de fax, de telex o llamadas telefónicas del planeta son cribados, seleccionados y analizados por esta central de inteligencia, dos veces mayor que la CIA y varias veces más poderosa. Hasta hace bien poco el gobierno norteamericano negaba su existencia y las bromas en Washington sustituyeron el significado de sus siglas, «National Intelligence Agency» por «No Such Agency» (No existe tal agencia) o «Never Say Anything» (Nunca dice nada). Por ley, la NSA no podía espiar a los ciudadanos estadounidenses a menos que se vea amenazada la seguridad nacional, pero podía hacerlo sobre cualquier otra empresa o individuo de la tierra. Con lo cual la totalidad del globo es una esfera transparente.

O como dice Whitaker (1999): «Las nuevas tecnologías de la vigilancia hacen cada vez más transparentes a las personas, y reducen sin cesar los espacios privados en los que la gente se retraía para refugiarse y dedicarse a sí misma. Esta intromisión, sin embargo, que hace

unos años parecía inconcebible es cada vez mejor aceptada porque el terror ha convertido a la seguridad en un valor ciudadano superior a la libertad individual». En Estados Unidos no existió nunca el documento nacional de identidad y esta ausencia ha sido vivida como un orgulloso emblema de libertad individual. A finales de 2001, sin embargo, hasta un 68 % de los norteamericanos encuestados apoyaban su implantación. En ese mismo sondeo, un 81 % de los consultados demandaban mayor inspección de las transacciones con la tarjeta de crédito y un 86 % aplaudía la instalación de sistemas de detección facial en los aeropuertos, estaciones, etcétera (*Business Week*, 5-11-2001).

En cuestiones de seguridad todo parece poco mientras en asuntos de libertad el ciudadano se conforma ahora con menos. Por una parte se ha llevado el miedo hasta la cotidianidad, todo el mundo desea sentirse blindado, sus hijos y sus propiedades a salvo. De otra parte, la preservación de las cuotas de libertad ganadas ha comenzado a perder funcionalidad una vez cumplidas todas las liberaciones: la sexual, la política, la económica, la artística. Como consecuencia, en los países «liberalizados», supuestamente desbordantes de libertad, su valor marginal ha decrecido en provecho del valor seguridad, en beneficio de la demanda de custodia, protección, guardianes. «Vislumbro un mundo en el que la policía será la gente, y la gente la policía», expresaba Joseph Brann, director de la COPS (policía de comunidad), en Estados Unidos. Porque no habrá acaso diferencias en el futuro una vez que todos nos convertimos tanto en vigilantes y vigilados en una esfera de visibilidad completa. En la explotación del misterio para beneficio de la supervisión total.

La metáfora pornográfica

En general, la demanda de visión y espionaje de la intimidad del otro, la supervigilancia de la sociedad, la demanda de transparencia y visibilidad, se corresponde con el auge actual del porno. De la misma manera, la exigencia política, económica y moral de transparencia se corresponde con la demanda de pornografía: Todo, en fin, debe ser visto. La transparencia tendería a impedir la corrupción mientras la pornografía sería, políticamente, el Estado a plena luz, los ciudadanos a su vez supervisados. La pérdida del encantamiento del mundo es consecuente con una sociedad expuesta a una máxima operación de escrutinio, homologada para exterminar las diferencias, desinfectada para acabar con los virus, los terroristas, las partículas del mal asociadas a lo oculto. El porno es así una continuación de la diafanidad por otros me-

dios. La diafinidad del sexo y su conversión en objeto dominado, «en-cuadrado», enfocado. Objetivado.

En toda visión porno hay fisgoneo o espionaje, mucho de mironismo, mixoscopia, escopofilia, gimnomanía o esconpolangia. Lo obsceno de la intimidad expuesta en las emisiones televisadas, en las web camas, es la misma que redondea el porno. El auge actual del voyeurismo, impulsado por el deseo de visarlo todo se relaciona con el éxito de los programas como Gran Hermano, Autobús, Supervivientes y versiones similares extendidas por decenas de países. La pornografía ha dejado de ser un asunto apenas relacionado con el sexo para ocupar el tálamo de la nueva sociedad en el capitalismo de ficción. En el sistema donde todo se ilumina sin que sea posible di-lucidar nada.

En 1995 se realizaban en España 5 películas pornográficas y en 2001 se aproximaron a las 50. Entretanto, las compañías distribuidoras sirvieron al mercado unos 1.000 títulos de diferentes procedencias extranjeras. A lo largo de los últimos festivales de Cine Erótico de Barcelona se han acreditado más de 1.000 periodistas de todo el mundo, pero otros festivales de cine erótico han ido proliferando a lo largo del mundo en los años noventa, desde Cannes a Las Vegas. La publicación de los libros con primordial contenido sexual aumentó en un 324 % desde 1990 y 1996 mientras la cifra de los títulos, en general, crecía sólo en un 83 % (Books in Print, 1997).

La oleada de pornografía en televisión, cines, revistas, en videogames, en galerías de arte, en teléfonos rosa, en anuncios por palabras, en vídeos, pasarelas, en la publicidad de moda, en el porno-chic (Dior, Ungaro, Yves Saint Laurent, Sisley) se corresponde con una espectacular demanda de pornografía dentro de la red.

A finales del siglo xx, la pornografía on line al alcance del más común de los ciudadanos se había convertido en el primer producto de éxito dentro del comercio electrónico y a comienzos de 2000 si alguien se introducía en el buscador más potente, alltheweb.com, la palabra sex el resultado de la búsqueda ofrecía 1,5 millones de enlaces mientras que por el ejemplo la palabra car (coche) daba 500.000. Una investigación de la Carnegie Mellon University, de Pittsburgh, publicada en 1995 y titulada *Marketing Pornography on the Information Superhighway*, afirmaba que «la pornografía constituye la aplicación recreativa más extendida en las redes».

Según Berth Milton, dueño de Private, la empresa del imperio porno, existen hoy unas 300.000 páginas en Internet en todo el mundo con un volumen de facturación superior al de la industria cinematográfica en ta-

quilla (*Ciberpais*, marzo 2001). El perfil de los clientes del porno digital arroja pocas sorpresas: hombres jóvenes y de mediana edad, con un nivel de ingresos entre medio y alto porque, según la Sociedad de Psicología Americana, las dos actividades a las que dedican más tiempo los jóvenes trader y brokers en torno a Wall Street son el footing y la masturbación.

El consumidor de sexo online no es el mismo que el del vídeo hard o de revistas pornográficas; se trata de una persona interesada en el sexo pero incapaz de desenvolverse en el espacio de un sex-shop; se trata en fin de la «persona común» que participa del consumo extendido. O más que eso: Denise Stagnara, que escribe obras de educación sexual para los niños e imparte cursos en las escuelas ha descubierto que la mitad de los niños de una clase de CM 2 (10-11 años) habían visto ya una película porno (*L'Express*, 3-5-2001).

La palabra pornografía procede del griego perné que significa esclavitud, y porné era la denominación de las prostitutas y de los esclavos de los que se podía gozar sexualmente. El cine pornográfico nació en los burdeles para excitar a la clientela masculina y recibía los nombres de *smokers* o, en Francia, *cinéma cochon*. Ahora, sin embargo, este tipo de cine se autorreclama un género al lado de los thrillers o los westerns y, debido acaso a la creciente aceptación de la mujer, frecuente guía hoy de lo que es o no políticamente correcto. En Francia, en 1999, Virginie Despentes retaba a la censura con su película porno *Baise-moi (Fóllame)* cuya proyección acabó siendo prohibida en los cines de exhibición general por el Conseil D'Etat. Despentes, que realizó la película junto a la actriz X Coraline Trinh Thi, forma parte de un grupo de directoras francesas, como Catherine Breillart (*Romance*, famosa, entre otras extremosidades, por los 24 centímetros de pene de su protagonista Rocco Siffredi) o Jeanne La-brune (*Prends gard à toi*) que han quebrado el tabú de que las producciones pornográficas era asunto exclusivo de los hombres. Feminismo pues a través del porno. Tradicionalmente, las feministas han estado en contra del género pornográfico pero en los años ochenta aparecieron empresas de porno dirigidas por mujeres, como la compañía Femme Productions, y películas escritas y dirigidas por ellas con más «argumento» y «más psicología» que las hechas por hombres.

Porno-chic

Pero ¿por qué, sin embargo, este boom? En la obsesión por verlo todo, nuestro mundo se ha desnudado tanto y de tantos modos en los últimos años que la dificultad empieza a presentarse ya en la definición de

lo que es porno y lo que no lo es. Lars Von Tiers, fundador de DOGMA, el «cine natural», ha sido uno de los máximos impulsores de este cine como señal de que lo «porno» y el despojamiento de artificios técnicos pertenecen a la misma categoría. El 18 de julio de 2002 se proyectaban en el Círculo de Bellas Artes de Madrid cuatro películas porno que no se presentaron como porno. Cuatro «artistas», Jana Leo, Bernardi Roig, Enrique Marty y Domingo Sánchez Blanco aceptaron la propuesta del productor Antonio Marcos, propietario de la empresa XCanal, para dar los primeros pasos en una llamada pornocultura, tanto cultural como carnal.

Paralelamente, Alejandro Amenábar, Juanma Bajo Ulloa, Alex de la Iglesia o Fernando Trueba han manifestado su deseo de hacer alguna película X y otros creadores actuales sostienen que la separación entre erotismo y pornografía es sólo ideología, vetusto tabú. Pero además, ¿cómo clasificar películas como *Lucía y el sexo* (2001) de Julio Medem, *Intimidación* (2001) de Patrice Chereau, Oso de Oro en la Berlinale o *Ken Park* de Larry Clark y Ed Lachman, escándalo en la Mostra 2002? La distinción entre lo porno y lo no porno se dificulta porque la pornografía (también política, económica, cultural) se encuentra por todas partes y el desnudo ha ganado tanta banalización que en las protestas, sin importar su asunto, los manifestantes se quedan inmediatamente en cueros.

De manera pintoresca y en clara conexión con la tendencia, en Europa del Este se han ensayado en 2000 telediarios con locutoras y locutores que van quitándose la ropa a la vez que leen las noticias: los profesionales de la meteorología de TV Nova, en la República Checa, empiezan el programa de madrugada, desnudos y a continuación van poniéndose prendas adecuadas al tiempo que anuncian. En Rusia, presentadores del informativo principal, «La verdad desnuda» realizaron entrevistas casi desnudos y, a su vez, la chica del tiempo hacía strip-tease.

En general, la pornografía comercial se ha extendido en tal medida que ahora los vídeos acentúan las escenas donde las violaciones ya no son simuladas y el masoquismo se revela a través de la bukkake (una mujer se ofrece o es forzada a ofrecerse a decenas de hombres que eyaculan sobre su cuerpo) o del fisting (se hunde el pie, la mano, alguna parte del brazo en el sexo de la mujer). Sallie Tisdale, autora del best seller *Talk Dirty to Me (Háblame sucio)* ha declarado que para algunos ex-adictos, el sadomasoquismo llena hoy el vacío que les dejaron el alcohol o las drogas. Es decir, ahora se trataría de un «pornotrip», un viaje hacia otra realidad que devora lo real y pasa a un escenario de verdad autónoma.

El porno resulta así, al cabo, tanto del orden del *cinema cochon* como del *cinema verité*. El auge del porno sería, en consecuencia, un signo de la demanda de «verdad», el grado extremo de la ansiedad por lo auténtico (¿lo honesto?) puesto que, en el porno, ni la erección ni la eyaculación pueden fingirse. Son muestras de realidad pura, una vez que la realidad ha desaparecido o se confunde en los media. La diferencia, sin embargo, respecto al *cinema verité* de los años sesenta es que entonces lo revelado era denuncia para provocar insurrección social mientras el porno es, en definitiva, disolución masturbatoria, redundancia en la genitalidad.

Deslumbramiento total

En la tradición más reciente, la pornografía se distinguía del erotismo no por el desnudo (el culo y el pecho, masculinos o femeninos, se ven mil veces al día en cualquier show televisivo) sino por tres elementos: la pornografía exhibe radiantes y abiertos los órganos genitales; la pornografía presenta minuciosamente y de cerca los actos sexuales; la pornografía tiene por complemento la excitación de quien escucha o mira, atendiendo a la autosatisfacción masturbatoria del personaje. Finalmente, el porno hace creer que toda mujer es voraz, perversa, desea el cuerpo del hombre sin poder contener sus impulsos. Es decir: ficción total. Propio de la pornografía, en todo caso, en el máximo caso, es la iluminación de lo más recóndito, el plano corto de la mínima anfractuosidad. Propio de la pornografía es la exposición completa, sin frunces por alisar ni rendijas por recorrer. Con un efecto paradójico: la exposición de la intimidad a la mirada absoluta anula la intimidad, hace desaparecer el objeto que se ilumina, lo vela. Porque una vez que se ha explorado exhaustivamente todo el campo, una vez que la pupila se ha colmado de lo más explícito, la visión se agota. La total visión de lo visible anula la excitación y el resultado es una hartura donde muere el deseo por el objeto. Esto es, en fin, lo paradójico de la máxima pornografía, la trampa de la transparencia total: resulta ser tan meridianamente accesible que se confunde con lo que está dado. La pornografía, como el control democrático, no es una opción extraordinaria sino una vulgar metáfora del exceso, una suerte de categoría post. «En realidad —dice Baudrillard (2000)— ya no hay (en nuestro mundo) pornografía identificable en cuanto tal porque la pornografía, agotado el secreto político, económico, artístico, sexual, está virtualmente en todas partes...» Y en ninguna. Todo aparece ante la vista y, nunca antes como ahora, no llegamos a ver nada.