

PORNOGRAFÍA

miércoles, 11 de febrero de 2015

Hay palabras bien construidas; ésta es una de ellas. Y en la medida en que no es fiel a la realidad, los hablantes la corrigen reduciéndola a porno. Lo primero que hay que tener presente a la hora de analizar este término, es que pertenece no al sexo, sino al mercado del sexo, que no es lo mismo, ni muchísimo menos. Pornh (pórne) significa, claro está, prostituta. Pero esta palabra no nos dice nada si no la relacionamos con su realidad última, que es el hecho de venderse el sexo. Ya en griego la relación entre sexo y comercio del mismo, es inseparable.

Pornh viene de pernhmi, que significa exportar, vender; el negocio de la prostitución se organizó en sus comienzos con esclavas. La diferencia entre las meretrices y las mujeres legítimas o las concubinas, era que mientras éstas estaban tan sólo en régimen de servidumbre (es decir el señor se servía de ellas en tanto en cuanto las necesitaba para su propio servicio), las pornai (pornai) estaban en régimen de explotación, igual que los esclavos de las explotaciones agrícolas y fabriles, y las utilizaban para obtener de ellas rendimiento económico. Es lógico que en paralelo al régimen de dominación o servidumbre sexual en el matrimonio, que se fue suavizando cada vez más, y se hizo por tanto cada vez más tolerable (todavía hoy el mosaico de esta situación es bastante variado según las culturas), se desarrollase también la explotación laboral del sexo: por cuenta ajena y por cuenta propia, como los demás trabajos. A esta actividad acabó llamándose prostitución.

El segundo elemento de pornografía también tiene su buena razón de ser. Grajia (grafía) es una palabra que tiene carta de naturaleza en nuestra lengua. Significa escritura, grabación, impresión. Se trata, en este caso, de estimular mediante los impresos, la demanda de los servicios especiales de las que hoy se llaman "trabajadoras sexuales" o "vendedoras sexuales" (¡toma eufemismo! Como el crecimiento negativo). Y ojo al parche, que aquí hay materia sociológica de ayer y de hoy. Resulta que tanto ayer como hoy los principales clientes de los negocios de prostitución son hombres casados. Antes se entendía perfectamente, porque las buenas costumbres exigían que la mujer legítima tuviera un comportamiento sexual honesto (y consiguientemente, aburrido). El lugar donde ir a buscar sexo fuerte, apasionado, etc. eran los prostíbulos. Y los hombres casados acudían a ellos con la misma regularidad con que iban a misa. La promoción estaba a cargo del teatro de revista por una parte (picante pero nada más; luego entraría el cine a echar una mano), y de la pornografía por otra (muy inocentona, para lo que hoy se ve). Y el negocio funcionaba honorablemente. En casa se tenía un tipo de sexo (el de subsistencia) y en la calle el de gourmet. Pero claro, al liberalizarse el sexo y ofertar las mujeres en casa también los sibaritismos que les ofrecían en la calle las profesionales, pareció que se iba a hundir el negocio de la prostitución. Pues no. A la hora de la verdad resulta que la profesionalidad es la profesionalidad, y que el marketing es el marketing, pieza clave del cual es la pornografía. Igual que te convencen los publicistas de que tu coche ya no está a tu altura y has de cambiarlo te convencen de que no tienes el sexo con el que puedes, y que has de ir por más.

Mariano Arnal