

Ponencia “Los hombres, la pornografía y la prostitución”, por Péter Szil, psicoterapeuta.

Ponencia en la mesa “Prevención y Sensibilización” en el Congreso internacional sobre las ciudades y la prostitución/2004

Madrid, 16 al 18 de junio de 2004

En el debate sobre la prostitución la alternativa de más sustento que los partidarios de la abolición pueden nombrar frente a los argumentos por la legalización/regulación es el modelo sueco de enfocar la legislación en la figura del cliente que se aprovecha de la persona prostituida.

El tema de la pornografía, intrínsecamente ligado al de la prostitución, ha sido ya anteriormente motivo de estudiar el ejemplo sueco. Suecia ha sido el país pionero en hacer de la pornografía un fenómeno socialmente aceptado. Los promotores de la introducción de la pornografía tanto en la España pos-Franco de la segunda mitad de los años 70, como en los países del bloque soviético después de la caída del muro en los años 90 han usado con predilección los falsos mitos que acompañaban el proceso de la liberalización de la pornografía en la Suecia de los años 60. Estos mitos rezaban que Escandinavia es el ejemplo vivo de que la pornografía tiene un efecto benéfico o que por lo menos es inocuo y que no hay liberación sexual sin dar vía libre a la pornografía. Lo único que estos promotores ignoraban o ocultaban era que entretanto Suecia se adelantó una vez más a los demás países desarrollados del Occidente, esta vez en adoptar una severa legislación respecto a la pornografía, y que la mayoría de los personajes públicos e intelectuales suecos que en los años 60 impulsaban la liberalización de la pornografía, en los años 80 han tomado posturas radicalmente opuestas, asumiendo que la pornografía no llevaba a la esperada autorrealización de los hombres solitarios, sino a la manifestación de las formas más repugnantes del odio y de la violencia hacia las mujeres.

El modelo sueco de tratar la prostitución guarda una relación íntima con el camino que la sociedad sueca ha recorrido en la percepción de la pornografía (y también de la igualdad entre los sexos o de la violencia contra las mujeres y los niños, temas para otras charlas). Sin embargo en la España de hoy siguen prevaleciendo los mitos falsos que en su lugar de origen han sido dejados atrás hace ya décadas. Por eso quisiera comenzar con analizar los rasgos y los efectos principales de la pornografía, y en primer lugar definir la línea divisoria entre pornografía y arte erótico, algo que se ha hecho muy difuso. Esta confusión no es sólo conveniente para los intereses económicos que mueven una de las industrias más rentables de nuestra cultura, sino que está también alimentada por la aceptación ignorante e ingenua de la prensa y de personas que se consideran progresistas y partidarios tanto de la libertad sexual como de la igualdad entre los sexos. Alguien que quiere desmarcarse de la pornografía,

fácilmente puede todavía verse remitido al campo del oscurantismo católico o de los enemigos de la libertad de prensa.

La pornografía no es educación sexual, ni refleja las ganas sexuales de los hombres, sino un material a través del cual los hombres aprenden el rol masculino. Las personas que han formado su identidad sexual con la ayuda de la pornografía y por eso no han aprendido la diferencia entre fantasía y realidad, tienen que volver forzosamente a la pornografía para reafirmarse en esa identidad. Por eso muchos hombres viven una vida doble: en el mundo de las fantasías pornográficas y en una relación personal con una mujer, poseedora de una sexualidad propia. Sin embargo, estos dos mundos nunca se tocan, algo que he podido comprobar en muchos casos dolorosos en mi trabajo como psicoterapeuta con individuos y parejas. Sin embargo, hay un mundo donde las fantasías dictadas por el rol aprendido siempre se cumplen, sin que el hombre tenga que enfrentarse a su propia inseguridad o a las dificultades cotidianas de entablar o mantener una relación. Este es el mundo de la prostitución. Por eso hay hombres que se dirigen a prostitutas o aprovechan su hegemonía para crear una cultura en la que las fantasías pornográficas masculinas se convierten en definición y medida de la sexualidad femenina.

Pornografía es un término de origen griego que significa "la descripción (grafía) de la prostituta (porné)". O sea que la función de la pornografía y de la prostitución viene a ser la misma: con la ayuda de mujeres (o, mucho menos frecuentemente, de hombres), convertidos en objetos sexuales, servir la sexualidad de un espectador/comprador invisible que se está masturbando sobre o dentro de ese objeto. Por eso la línea de demarcación entre arte erótico y pornografía no está entre los desnudos de *Interviú* o *Playboy* y las representaciones explícitas del acto sexual. Ambas cosas son pornografía. Los gestos, las posturas y los morritos de las mujeres en las portadas de *Interviú* transmiten también el mensaje de que ellas están dispuestas a satisfacer gustosamente cualquier deseo imaginado del comprador.

El arte erótico surge cuando un artista se relaciona con su tema de una manera erótica, revela algo de sí mismo y nos transmite su propia vivencia. En la pornografía, a diferencia del arte erótico, la relación no surge entre las partes que están embarcadas en el acto representado, sino entre la persona que está mirando (el comprador) y el objeto sexual que se le presenta.

A pesar de la fuerte erotización o, mejor dicho, genitalización de las imágenes pornográficas, estas últimas poco tienen que ver con la sexualidad, ya que la pornografía no es un tema (en este caso la sexualidad) sino una relación, la misma que la publicidad intenta establecer entre un comprador y el objeto a vender. Por eso utilizaré aquí dos imágenes de publicidad para ilustrar los códigos intrínsecos de la pornografía. De esta manera evito tener que exponernos una vez más a la denigración de las imágenes pornográficas propiamente dichas y al mismo tiempo aprovecho para entrar en el meollo del tema de la prevención. Al fin y al cabo la definitiva prevención de la prostitución no es otra cosa que la igualdad entre hombres y

mujeres. En mi opinión, esta igualdad no surge sólo con la salida de las mujeres al espacio público, sino que precisa la entrada de los hombres en el ámbito doméstico y del cuidado.

La primera imagen es una publicidad comercial de un biberón de la marca Nuk, supuestamente transmisora de una imagen progresista del "hombre nuevo". La otra es una publicidad no comercial para promover una mayor participación de los padres en la crianza de los niños. En las dos imágenes aparece el mismo motivo: un niño y un hombre juntos, pero en la primera con los códigos de la pornografía y en la segunda con los códigos del arte erótico. ¿Cuál es la diferencia?

Observemos primero el código primordial, el de la relación de los personajes entre ellos mismos y con el espectador. En la segunda imagen los dos personajes están sumidos en una relación íntima entre ellos, de la cual nosotros sólo somos testigos. En el primer anuncio el niño mira hacia mí, futuro comprador de Nuk, sin más contacto que el meramente físico con el hombre que le sostiene en brazos. Para las finalidades de la publicidad tampoco hace falta más relación entre ellos, ya que el personaje adulto en realidad no está en la imagen porque tenga que ver con el niño, sino para sustentar el mensaje que no tiene que ver con la relación de los dos, sino con el producto que se nos quiere vender.

Para ese mismo fin el hombre "Nuk" está provisto de otros tantos códigos adicionales, también propios de la pornografía. Por ejemplo, está desnudo, lo cual sirve dos funciones. Por una parte vincula el producto a vender con ciertos cánones estéticos requeridos por la cultura dominante, en este caso un cuerpo musculoso, tallado en muchas horas de gimnasio. Por otra parte la desnudez de ambos personajes junto a la ausencia de cualquier entorno alrededor de ellos priva la imagen de referencias que pueden interferir con la idealización a través de la cual se intenta hacer la publicidad más sugerente, mientras que en la otra imagen tanto el hombre como el niño son personas ordinarias, nada de modelos, ambos vestidos de una manera que sugiere cotidianidad. En el anuncio de Nuk todos los elementos de la imagen son reales, sin embargo nada en ella es verdad y el texto que la acompaña ("Ellos también pueden dar el pecho" y "Porque Nuk imita la perfección del pecho de la madre") hace todavía más patente que se trata de una mentira. Por contraste, el texto del otro anuncio ("Están creciendo en igualdad") es una simple aplicación del lema de la campaña que pretende divulgar ("Crecemos en igualdad") a la relación de las dos personas representadas en la imagen.

El primer paso en la prevención y la sensibilización de cualquier violencia es hacer visible lo que tiene quedar invisible para mantener esa violencia. Por eso es importante recalcar que la pornografía es el marketing de la prostitución, hacer ver los códigos que utiliza en cualquiera de sus manifestaciones. Y por eso el modelo sueco de atajar la prostitución parte de que los consumidores de los servicios sexuales son casi exclusivamente hombres, trátese de

prostitución heterosexual u homosexual. Hacerles visible no sólo nos lleva a estudiar quienes son estos hombres en concreto, sino también a otras cuestiones igualmente obvias e importantes. ¿Cuál es la visión que hace posible la práctica de la prostitución? ¿En qué medida es esta visión compartida por el resto de la población masculina? ¿Puede ser que la mera existencia de la prostitución (junto a la negación de que las mujeres prostituidas, al igual que las maltratadas, son víctimas trágicas de la dominación masculina) da cierta sensación de seguridad a esa población masculina?

La prostitución institucionaliza las suposiciones más básicas de la dominación masculina como orden social o, incluso, civilizatorio. El proceso de socialización de los hombres está construido sobre la certeza de que su sexo les otorga derecho a disponer de su entorno, del espacio y del tiempo de otros y, en primer lugar, otras. Este derecho se extiende también al cuerpo y a la sexualidad de las mujeres. De allí hay sólo un paso a que, tratándose de un derecho, es legítimo conseguirlo y preservarlo, aunque sea con violencia. En una sociedad basada en estas suposiciones es de interés de los hombres en general la subsistencia de la prostitución. Esta es la explicación del hecho de que aunque la mayoría de los hombres no se sirva de la prostitución, con su silencio y a veces incluso pronunciándose, contribuye a preservarla y a justificar la idea de la misma.

La prostitución sin embargo no es una idea. La prostitución son boca, vagina y ano, penetrados habitualmente con un pene, a veces manos, a veces objetos, por un hombre y después otro hombre y después otro más y otro más y otro más. Uno de los motores de la prostitución es el odio hacia las mujeres, la agresividad que motiva a un hombre a buscar y utilizar a una mujer prostituida, el profundo desdén que reduce a una vida humana a unos huecos de los que se puede aprovechar sexualmente y con la que un hombre hace lo que le da la gana. La conversión de las mujeres en objetos sexuales es un proceso de deshumanización en cuyo extremo final está la violencia sexual masculina. Es esto lo que la prostitución institucionaliza, ya que el cliente consigue de la persona prostituida (que no ha elegido hacer el amor con él) algo que de otra manera no podría conseguir sino con violencia. El cliente (y con él la sociedad) oculta ante sí mismo el hecho de la violencia interponiendo una infraestructura (manejada por los proxenetas) y el dinero.

En la prostitución (al igual que en el caso de las violaciones de grupo o las violaciones masivas en situaciones de guerra) hombres utilizan los cuerpos de mujeres para comunicarse entre ellos mismos y para expresar lo que les une, y que al fin y al cabo se reduce a que ellos no son mujeres. Lo que hace posible, entre otras cosas, para un hombre encontrar una prostituta es el hecho de que antes de él ya había otros hombres que han acudido a ella, y detrás de él habrá otros. De esta manera se convierte el cuerpo de la mujer prostituida (al igual que el de la mujer violada) en ese agente transmisor a través del cual los hombres comparten entre ellos mismos,

en palabras y en hechos, su sexualidad. No es por casualidad que muchos hombres al maltratar a su pareja acompañan los golpes y las patadas con sinónimos groseros de la palabra "puta".

La violencia dirigida a mujeres y niños y la prostitución, junto a su marketing, la pornografía, son manifestaciones de la misma cultura de la dominación masculina.

La prevención de la prostitución pasa necesariamente por la sensibilización de los hombres por su responsabilidad en ese fenómeno, para que afronten los conceptos que han formado de su propio rol y de las verdaderas consecuencias de ellos.

Péter Szil. Nació en Hungría en 1951. Se formó como psicoterapeuta en Suecia y EEUU. Ha sido uno de los iniciadores de los grupos de concienciación sobre el rol masculino en Suecia a finales de los años 1970. Desde principios de los años 1990 comparte su actividad profesional entre España y Hungría. Es co-autor de un libro sobre el Control Natural de la Fecundidad y del libro "Masaje cotidiano". Es uno de los fundadores del Movimiento por una Hungría sin prostitución.

Fuente: Hombres por la Igualdad -Ayuntamiento de Jerez.