

Analizando la demanda: relación entre masculinidad hegemónica y prostitución femenina

Beatriz RANEA TRIVIÑO

Universidad Complutense de Madrid
b.ranea@ucm.es

Recibido: Octubre 2015

Aceptado: Mayo 2016

RESUMEN

En este artículo se presenta el estudio exploratorio¹ en el que se analiza la relación entre la construcción social del modelo de masculinidad hegemónica con el consumo de prostitución femenina. Se trata de un trabajo cualitativo en el que se realizaron entrevistas en profundidad a hombres jóvenes que alguna vez habían pagado por mantener relaciones sexuales. De tal forma que el estudio se centró en las experiencias, actitudes y percepciones de estos hombres jóvenes heterosexuales; realizando seis entrevistas semi-estructuradas, en profundidad a hombres de entre 18 a 35 años. Los resultados del análisis de las entrevistas muestran las distintas características sociodemográficas, la frecuencia en el pago por sexo, la diversidad de motivaciones, los espacios de búsqueda de prostitución, entre otras. Las conclusiones principales destacan que en los discursos de los entrevistados se reproducen estereotipos de género y roles en el ámbito de la sexualidad, y se propone que la prostitución puede ser interpretada como un escenario de representación de la masculinidad hegemónica.

Palabras clave: Masculinidad hegemónica, prostitución, sexualidad, heterosexualidad.

Analyzing Demand: Hegemonic Masculinity and Feminine Prostitution

ABSTRACT

In this article, it is presented an exploratory research in which we analyzed the relationship between the construction of hegemonic masculinity and consumption of female prostitution. We have focused our attention on the experiences, attitudes and perceptions of young heterosexual men who have ever paid for sex. Following with a quantitative method of analysis, we conducted six semi-structured interviews with men between 18 to 35 years old. The analysis of the interviews shows the different demographic characteristics, such as, frequency of payment

¹ Estudio que fue el Trabajo Final de Máster del Máster Erasmus Mundus en Estudios de las Mujeres y de Género en University of Hull y Universidad de Granada dirigido por Rosa Cobo Bedia y Pilar Ballarín. Dicho estudio se toma como punto de partida para la investigación de doctorado en proceso: *Masculinidad hegemónica y prostitución femenina*.

for sexual services, diversity of motivations, spaces where prostitutes are searched, opinions on prostitution and prostitutes. The main conclusions of this study are that the discourses of the interviewees reproduce gender stereotypes and gender sexual roles. And it is suggested that prostitution can be interpreted as a scenario where these men performance their hegemonic masculinity.

Keywords: Hegemonic masculinity, prostitution, sexuality, heterosexuality.

"No pretendo argumentar contra el placer sexual, pero en el contexto de la prostitución este placer es un bien de consumo. Los bienes de consumo, como la sexualidad, sirven para representar la identidad social de cada uno" (Sabine Grenz, 2005)

INTRODUCCIÓN

En algunos estudios y debates, la masculinidad (como ocurre con “el ser blanco”, por ejemplo) es un hecho que no es tenido en cuenta como situación poderosa y son sólo los otros/as a los que se analiza: las mujeres, las personas negras, la población inmigrante, etc. Estos grupos son etiquetados y/o estigmatizados y se les exige transformación. En lo referente a la prostitución, el objeto habitual de estudio han sido las mujeres en situación de prostitución, sin etiquetar ni centrar demasiada atención al resto de actores que forman parte de esta institución social: la demanda y el proxenetismo. En el caso de los demandantes, tan solo un uno por ciento de los estudios sobre prostitución se ha centrado en ellos (Meneses, 2011). No obstante, desde hace algunos años, ya décadas, ha ido surgiendo una corriente que se centra en el análisis de la masculinidad y respecto al tema que nos ocupa, también ha crecido el interés en el estudio de los demandantes de prostitución femenina porque parece relevante profundizar y ampliar el conocimiento sobre el ámbito de la demanda. En el trabajo que aquí se presenta, se tratará de analizar la relación que existe entre la construcción social de la masculinidad hegemónica y el consumo de prostitución femenina, haciendo especial hincapié en la construcción de la sexualidad, a través del acercamiento a los significados atribuidos por los demandantes de prostitución a su experiencia.

De esta manera tomamos como objeto de estudio la masculinidad para intentar entender uno de los pilares del orden social jerárquico de género, del patriarcado: la construcción de la sexualidad masculina heterosexual en relación a la sexualidad femenina. Como afirma Connell (1995:44) “la masculinidad y la feminidad son conceptos intrínsecamente relacionados cuyo significado se crea en correspondencia el

uno con el otro, como una línea de demarcación social y una oposición cultural (...) La masculinidad como un objeto de conocimiento es siempre masculinidad-en-relación”. Además, en este artículo se utilizará, reconfigurándolo, el concepto masculinidad hegemónica que propone Connell (1997).

1. MASCULINIDAD HEGEMÓNICA COMO PODER

La masculinidad, como la femineidad, se construye social, política, económica y simbólicamente. Cuando aludimos, específicamente, a la masculinidad hegemónica nos referimos en concreto a un mecanismo político, a esa normatividad masculina que configura el deber ser del auténtico hombre, aquella que permite el mantenimiento del patriarcado.

Si bien Connell (1997) en un primer momento conceptualiza la masculinidad hegemónica como una masculinidad propia de una minoría de hombres en jerarquía respecto a las masculinidades subordinadas, cómplices y marginales; en este artículo se tratará de ampliar el concepto y se seguirá la propuesta de Beasley (2008) que sugiere interpretar la masculinidad hegemónica como ese "mecanismo político" que actúa como pilar fundamental de la estructura patriarcal y por tanto, legitima las relaciones de poder jerárquicas entre mujeres y hombres.

De tal forma que se conceptualizará la masculinidad hegemónica como una encarnación del poder en sí misma, que se representa en determinados comportamientos, actitudes, formas de relacionarse que contribuyen a sostener los privilegios masculinos. Así, como afirma Foucault (1980:108), el poder no está localizado únicamente en las grandes estructuras, sino también en las relaciones subjetivas, y es así como esos mecanismos de poder tienen lugar “de una manera mucho más minuciosa, cotidiana”.

En este artículo se propone localizar el poder en los privilegios masculinos que se corresponden con la masculinidad hegemónica. Por tanto, como se ha señalado, se reconfigura el concepto de masculinidad hegemónica para referirnos a la encarnación del poder a través de los privilegios genéricos. Esos privilegios entre los que destacamos la disposición por parte del sujeto masculino del tiempo, los cuidados, el cuerpo y la sexualidad de las mujeres. Como afirma Peter Szil:

“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"(Szil, 2014:9).

Así, en este artículo se sostiene que en el escenario de la prostitución se representan los privilegios que tradicionalmente han sido asignados al género masculino, en distintas esferas: género, sexual, económica/clase y etnia/origen.

En cuanto al género, la prostitución es una institución social en la que la dicotomía genérica se encuentra muy marcada: la mayoría de las personas en situación de prostitución son mujeres mientras que, por otro lado, la demanda está compuesta mayoritariamente por hombres. Por ello, se debe analizar la prostitución desde la perspectiva de género y la investigación feminista.

En el terreno de la sexualidad, se puede afirmar que la prostitución existe como sexo masculino (Gimeno, 2012), es decir, existe como lugar de reafirmación de la masculinidad hegemónica que, antepone la primacía del deseo masculino y su sexualidad, frente al reconocimiento de la mujer como sujeto sexual. El sujeto masculino demandante dispone del cuerpo y la sexualidad de la mujer en prostitución, convertida en objeto femenino ofertado.

Respecto a las condiciones económicas, la prostitución en sí misma es una actividad que une dos instancias de poder social que tradicionalmente han sido ostentadas por los hombres: el sexo y el dinero (Huda, 2006). El dinero es el que marca la capacidad de decisión del cliente sobre la utilización de una mujer u otra, como si fueran bienes de consumo intercambiables.

En referencia a las desigualdades étnicas/por procedencia, es necesario subrayar que la mayoría de las mujeres en prostitución en España son de origen migrante, algunas de ellas en situación administrativa irregular². Se puede afirmar que en relación al origen de las mujeres se produce lo que se puede denominar una "erotización de la otra" porque los demandantes erotizan la diferencia construida en base a preceptos y estereotipos nacionales que perpetúan la diferencia Norte-Sur u Occidente-No-Occidente. En otras palabras:

"Muchos clientes buscan personas con características específicas en cuanto a la raza, etnia o nacionalidad construyendo imágenes ficticias de las marginadas

² Además, es importante destacar que un porcentaje significativo de las mujeres en situación de prostitución son víctimas de trata para la explotación sexual. Según el informe de Eurostat (2013) En 2010 se identificaron 9.528 víctimas y presuntas víctimas, lo que supondría un incremento desde 2008 del 18%. Del total de la víctimas de trata el 80% eran mujeres, si se diferencia por la finalidad, del total de víctimas de trata para la explotación sexual, el 96% eran mujeres.

"otras" a las que no se les reconocen los mismos derechos. Esto da como resultado un racismo sexualizado que perpetúa estereotipos nacionales basados en preceptos racistas y sexistas. Además, los estudios realizados sobre turismo sexual muestran como estos "turistas" occidentales viajan a regiones de Asia y América Latina, buscando en las mujeres en situación de prostitución, un estereotipo creado en Occidente: mujeres hipersexualizadas, sensuales, cariñosas, "ardientes", que, como algunos afirman, cumplirían con la sumisión perdida en los países de origen de los turistas (Rushing y Contrera, 2009; Piscitelli, 2004)" (Castellanos Torres y Ranea Triviño, 2013).

2. SEXUALIDAD Y MASCULINIDAD HEGEMÓNICA

Para explicar el proceso de construcción de la masculinidad, en ese hacerse hombre es interesante la metáfora de la máscara que utiliza Enrique Gil Calvo (2006), pues ser hombre no consistiría sólo en serlo, sino en parecerlo de cara a los demás mediante una performance o representación continua de la hombría. La masculinidad es vista como un teatro, una continua representación pública a ser evaluada por los demás hombres y mujeres; pero también es discurso y narración, puesto que la masculinidad se forma y fortalece respecto al resto de personas, mediante la narración de las experiencias vividas.

Además, en este ser y representar ser hombre existe una estrecha relación entre la sexualidad y la identidad de género masculina. En la definición de la identidad masculina adquiere un papel central la sexualidad, siendo especialmente significativo el éxito en las relaciones sexuales en los procesos de confirmación y reconocimiento de la hombría (Flood, 1996). Es decir, que la subjetividad masculina se forma, en parte, a través de la representación de la sexualidad, ya que depende de la demostración del rendimiento y de la potencia sexual. Pero, además, en torno al rendimiento sexual masculino se establecen mitos o ficciones con un carácter altamente persuasivo en la definición de la performance continua de algunos hombres. Entre ellos se podrían destacar los siguientes: el hombre ha de estar siempre dispuesto a mantener relaciones sexuales; ha de mostrarse en estado de excitación permanente; la impotencia es equivalente a la pérdida de virilidad; o la práctica sexual ha de concluir siempre en coito (Matezanz Nogales, 2006).

Por otro lado, la masculinidad que es exaltada como modelo normativo a seguir o al que aspirar por parte de los hombres, está directamente vinculada a la heterosexualidad y la homofobia, así como al rechazo a todo lo que tenga que ver con la femineidad (Kimmel, 1994). Siendo la homofobia uno de los pilares en el devenir de la masculinidad, el hombre ha de demostrar permanentemente que no es homosexual "y que no desea poseer a otros hombres ni ser él poseído por ellos" (Badinter, 317

1993:123). La homosexualidad es representada como femenina, como degradante, como pasividad, sobre todo desde el punto de vista sexual. En este sentido, es importante hacer hincapié en la construcción cultural del cuerpo masculino como símbolo de fortaleza y de poder, convirtiéndose en una frontera impenetrable. Los cuerpos penetrables son los cuerpos que son catalogados como pasivos. El cuerpo masculino normativo es activo y por tanto, ha de ser penetrador pero no penetrado (Gimeno, 2012; Sáez, 2011). Con todo ello, en la definición de la masculinidad el pene adquiere una importancia vital porque se presenta como un símbolo de poder, ese poder que se materializa en el ámbito de la sexualidad mediante la penetración a otros sujetos, pero nunca la penetración del varón que cumple con los imperativos de la masculinidad hegemónica.

De tal forma que cuando analizamos la masculinidad, hay que prestar especial importancia a la construcción de la sexualidad, pues las prácticas, deseos, identidades y formas de pensar el sexo se escapan de lo meramente fisiológico/anatómico y son producidas y dotadas de significados en un determinado contexto social. Es fundamental contextualizar las conductas y prácticas sexuales para profundizar en los roles patriarcales socialmente asignados a mujeres y a hombres -en este caso, heterosexuales- en el terreno de la sexualidad.

No obstante, los planteamientos que entienden la sexualidad desde el punto de vista únicamente biologicista continúan siendo recurrentes, sobre todo, en el imaginario colectivo popular. Como señala Alicia Miyares, hoy en día la educación sexual que se recibe en las escuelas se centra únicamente en el modelo reproductivo. Esto es, las enseñanzas sobre lo sexual confieren máxima centralidad al coito y a la diferenciación genital de mujeres y hombres. Con todo ello, se destaca la importancia del pene como órgano principal en la consecución de placer, mientras que el disfrute femenino queda relegado a un plano secundario, “el deseo masculino y su clímax no sólo se ha convertido en lo esperable del acto sexual para los varones, sino en lo que las mujeres deben esperar y desear del acto sexual” (Miyares, 2008: 115). De esta forma, desde la educación sexual recibida en la escuela se siguen produciendo y manteniendo estereotipos de género en el terreno de la sexualidad.

También, es importante señalar como la sexualidad masculina heterosexual es construida en relación a la sexualidad femenina y normalmente en contraposición a ésta. Históricamente, la sexualidad femenina ha sido reprimida en mayor medida que la masculina y en la sociedad occidental ha quedado definida por dos roles contradictorios, a través de la heterodesignación patriarcal cuyos límites se representan en dos figuras: la virgen y la puta; la pura y la pecadora. Siendo la virgen la mujer privada y la prostituta la mujer pública, sustentando así una dicotomía que reprime y

denigra las conductas sexuales de las mujeres. Los dos roles son definidos desde el androcentrismo por su relación con los hombres y están determinados por la ausencia de autonomía sexual: la primera es aquella que no ha de disfrutar del sexo; la segunda es aquella que procura placer al otro, dejando su sexualidad en segundo plano. En este sentido, la prostitución femenina perpetuaría esta lógica fálica con la que se producen los significados dentro del sistema patriarcal, en el que el poder y el rol activo ha sido tradicionalmente asignado a la sexualidad masculina mientras que, por oposición, el papel pasivo se ha relacionado con la sexualidad femenina.

3. METODOLOGÍA

En 2011 se realizó el estudio con carácter exploratorio que sirve de punto de partida de la investigación doctoral en curso. Un estudio sociológico cualitativo, en el que no se buscaba la representatividad, sino un primer acercamiento a los discursos para comprender los significados atribuidos por los entrevistados a sus experiencias en prostitución. En dicho estudio se llevaron a cabo seis entrevistas, semi-estructuradas, en profundidad a demandantes de entre 20 y 35 años, centrándonos en lo que se podría considerar el demandante joven. Es importante destacar que la principal dificultad metodológica fue encontrar participantes dispuestos a contar sus experiencias, pues los demandantes de prostitución son una población invisible y oculta, que suele acceder al sexo de pago bajo el anonimato social. Con el fin de rentabilizar la obtención de información, no se limitó el estudio geográficamente a una región específica del territorio del Estado español; y se aceptó la participación de aquellos demandantes que se encontraban dentro del rango de edad determinado y que se mostraron dispuestos a participar.

Para buscar a los entrevistados se utilizaron las siguientes tácticas de captación:

- Bola de nieve: distribución de correos electrónicos para difundir la búsqueda de participantes. Así como, se preguntó a los entrevistados sobre personas de su entorno que pudieran estar interesados en participar, también.
- Reparto de octavillas informativas animando a la participación en Ciudad Universitaria, Madrid; y colocación de carteles en distintas facultades tanto de la Universidad de Granada como en la Universidad Complutense.
- Se abrieron entradas en foros generales de Internet y en páginas como www.mundoanuncio.com
- También se subieron anuncios a redes sociales como Facebook y Badoo.

Se recibieron varios mensajes de correo electrónico y en menor medida, llamadas telefónicas. Sin embargo, los hombres que podrían estar interesados en participar en la

investigación se negaron a hacerlo sin recibir a cambio retribución económica. Un par de ellos afirmaron que solicitaban el dinero para "irse de putas". Por último, se recibió una llamada y seis correos electrónicos de hombres que realmente estaban interesados en participar en la investigación, aunque no recibieran compensación económica. De estos, finalmente, participaron cuatro. Los otros dos participantes, fueron contactados a través del método bola de nieve, mediante redes de personas conocidas, que establecieron contacto directo con hombres de su entorno que se adecuaban al perfil buscado. Como resultado, se realizaron cinco entrevistas telefónicas, dos de ellos por su situación geográfica -Mallorca y Extremadura-, los otros tres porque afirmaron que les suponía menor inconveniente o les daba "menos vergüenza".

Ante tales dificultades y al tratarse de una investigación limitada en el tiempo y sin financiación, una vez se consiguieron seis entrevistados, se dio por terminado el trabajo de campo y se comenzó el análisis de las entrevistas.

Siguiendo el ejemplo elaborado por Barahona et al. (2003) en su estudio sobre la demanda de prostitución en la Comunidad de Madrid, se han elaborado las tablas de perfiles básicos: E1, E2, E3, E4, E5 y E6 que se encuentran descritos en la Tabla 1.

Tabla 1. Perfiles básicos de los entrevistados

E1	
Datos sociodemográficos:	
Edad:	26 años
Lugar de residencia:	Palma de Mallorca
Estado civil:	Soltero
Nivel de estudios:	Licenciado en Arquitectura y posgrado
Profesión:	Autónomo, delineante
Ideología:	Centro
Datos como demandante:	
Frecuencia:	Habitual, cada seis semanas aproximadamente
Contacto con las mujeres en prostitución:	Internet, prostitución en pisos privados
Nº de veces prostitución:	25 veces
Origen de las mujeres en prostitución:	América Latina, Europa del Este, España
Motivos:	Es más barato; probar distintas nacionalidades; chicas inalcanzables sino es pagando
Concurrencia:	Solo
Prácticas solicitadas:	"Normal": coito, sexo oral y en ocasiones sexo anal y masaje prostático
Criterios de elección de la mujer en prostitución:	Físico y nacionalidad

E2	
Datos sociodemográficos:	
Edad:	20 años
Lugar de residencia:	Pueblo de Extremadura
Estado civil:	Soltero
Nivel de estudios:	Formación profesional en informática
Profesión:	Informático, arregla ordenadores
Ideología:	Derecha
Datos como demandante:	
Frecuencia:	Eventual "de mes en mes"
Contacto con las mujeres en prostitución:	Club de alterne, situado en la carretera, cerca del pueblo
Nº de veces prostitución:	3 veces
Origen de las mujeres en prostitución:	América Latina
Motivos:	Salir de fiesta y el consumo de alcohol
Concurrencia:	Grupo de amigos
Prácticas solicitadas:	No específica "normalmente es ella la que hace todo"
Criterios de elección de la mujer en prostitución:	Físico "el culo, las tetas"

E3	
Datos sociodemográficos:	
Edad:	30 años
Lugar de residencia:	Madrid
Estado civil:	Soltero
Nivel de estudios:	Licenciado en Comunicación Audiovisual
Profesión:	Freelance
Ideología:	Centro-izquierda
Datos como demandante:	
Frecuencia:	Eventual, cada tres años aproximadamente
Contacto con las mujeres en prostitución:	Periódico (anuncios de contactos)
Nº de veces prostitución:	5 veces
Origen de las mujeres en prostitución:	Brasil y España
Motivos:	Soledad circunstancial tras la ruptura sentimental; experimentar
Concurrencia:	Solo
Prácticas solicitadas:	"Sexo normal, 69 ... ni le pedí francés ni nada"

E4	
Datos sociodemográficos:	
Edad:	23 años
Lugar de residencia:	Madrid
Estado civil:	Soltero
Nivel de estudios:	Bachillerato
Profesión:	Preparador físico y socorrista
Ideología:	Derecha
Datos como demandante:	
Frecuencia:	Eventual, "una meses y otras años"
Contacto con las mujeres en prostitución:	En Ámsterdam en una vitrina; en Madrid a través de internet
Nº de veces prostitución:	3 veces
Origen de las mujeres en prostitución:	Mulata sin especificar, Europa del Este, España
Motivos:	Experimentar
Concurrencia:	En grupo y solo
Prácticas solicitadas:	"Lo normal" y oral sin preservativo
Criterios de elección de la mujer en prostitución:	Físico

E5	
Datos sociodemográficos:	
Edad:	26 años
Lugar de residencia:	Madrid
Estado civil:	Soltero
Nivel de estudios:	Bachillerato
Profesión:	Técnico electrónico
Ideología:	Izquierda
Datos como demandante:	
Frecuencia:	Eventual, entre meses y años.
Contacto con las mujeres en prostitución:	Club de alterne y calle (Casa de Campo, Madrid).
Nº de veces prostitución:	5 veces
Origen de las mujeres en prostitución:	América Latina y Europa del Este

Motivos:	Salir de fiesta y el consumo de alcohol
Concurrencia:	Grupo de amigos
Prácticas solicitadas:	Coito y sexo oral
Criterios de elección de la mujer en prostitución:	Físico

E6	
Datos sociodemográficos:	
Edad:	35 años
Lugar de residencia:	Madrid
Estado civil:	Soltero
Nivel de estudios:	Licenciado en Derecho y posgrado
Profesión:	Gestor, en la actualidad, parado
Ideología:	Centro-derecha
Datos como demandante:	
Frecuencia:	Habitual, cada tres semanas aproximadamente. En épocas de bonanza económica “casi cada día”
Contacto con las mujeres en prostitución:	Periódicos (anuncios de contactos) e internet. Club de alterne, en ocasiones
Nº de veces prostitución:	150 veces
Origen de las mujeres en prostitución	América Latina, Europa del Este, España
Motivos:	Ausencia de relación sexual
Concurrencia:	Solo. Salvo excepciones en las que ha ido en grupo, por invitación
Prácticas solicitadas:	“Convencional”, no especifica
Criterios de elección de la mujer en prostitución:	Físico y simpatía

4. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Lo primero a destacar sería que este estudio exploratorio corrobora las conclusiones de los estudios sobre la temática consultados (Barahona Gomáriz y García Vicente, 2003; Comisión para la Investigación de Malos Tratos a Mujeres, 2006; Baringo y López, 2006; Askabide, 2008; Gómez Suárez y Pérez Freire, 2010; Meneses y Rua Vieites, 2011; Gómez Suárez y Pérez Freire, 2015) que determinan que los demandantes de prostitución son un grupo heterogéneo en cuanto a las características sociodemográficas y que por lo tanto, no existe un perfil concreto de demandante.

4.1. ENTRE LO HABITUAL Y LO EXCEPCIONAL

Se puede afirmar que no existe un perfil sociológico, no obstante, las narraciones

de los entrevistados nos muestran aspectos diferenciadores entre unos y otros. El más destacado sería la frecuencia en el consumo de prostitución: dos de los participantes son clientes habituales, mientras que los otros cuatro son eventuales. Los primeros son aquellos que tienen construido un discurso más elaborado como clientes y se identifican como tales; mientras que los demandantes eventuales no se autoperciben ni definen como clientes.

En la pregunta referente a la frecuencia, aquellos que son habituales contestaron lo siguiente:

“La verdad es que depende simplemente de la economía sino iría casi cada día, la verdad, porque es divertido y es bastante bueno.” (E1)

“En el año 2003-2004 (...) netos te sacabas al mes 3.000 y pico euros. Pues en esos dos años, casi a diario. Luego, pues una vez al mes, ahora mismo, una vez al mes y ni eso. Si quieres un promedio general, una vez a la quincena, o cada tres semanas.” (E6)

Para el resto, acudir a la prostitución es algo extraordinario; y respondieron negativamente o no sabían con certeza si volverían a consumir prostitución en el futuro. Los demandantes habituales son aquellos que afirmaron que volverían a pagar por mantener relaciones sexuales en las próximas semanas o meses.

4.2. LA BÚSQUEDA

También encontramos diferencias en lo referente al espacio de búsqueda de prostitución: clubes de alterne, anuncios de contacto (pisos privados) y calles. Algunos de los entrevistados ritualizan la búsqueda siguiendo siempre los mismos patrones. Por ejemplo, E1 consulta las páginas web de contactos eróticos en Internet y E3 los anuncios en prensa escrita, para acudir a pisos privados donde se encuentra con las mujeres en situación de prostitución. E2, en las tres ocasiones, visitó el club de alterne. El resto de entrevistados cambian de escenario de una vez a otra: buscan en Internet, visitan prostíbulos, o calle (se mencionó la Casa de Campo de Madrid) e incluso, E4 relató haber viajado a Ámsterdam donde pagó por mantener relaciones sexuales con una mujer en situación de prostitución en el Barrio Rojo de la ciudad.

Por otro lado, es importante señalar la diferencia entre el medio rural y el urbano. Son especialmente relevantes las diferencias en cuanto a las opciones de contacto con las mujeres en situación de prostitución. E2 pertenece al medio rural siendo su única forma de contacto el burdel cercano al pueblo donde vive.

Además, como mostraron las narraciones de algunos de los entrevistados, Internet no es sólo una de las principales herramientas de contacto con las prostitutas, sino que

algunos clientes utilizan foros para compartir experiencias, recomendaciones, etc. Un ejemplo es el "Foro Putas" de putalocura.com; Spalumi.com; Forocoches.com o Exloquo.com:

“En el exloquo, esta todo ahí. Sí, ahí, me las voy estudiando, así unos días, las llamo y eso. Y voy calculando a ver que... cuál puede ser la mejor y todo este tema... Es divertido.” (E1)

4.3. EL ESCENARIO DE REPRESENTACIÓN DE LA MASCULINIDAD HEGEMÓNICA

En cuanto a las motivaciones verbalizadas por estos hombres jóvenes para pagar por mantener relaciones sexuales nos encontramos las siguientes:

- E1 afirmó que acude porque es más barato; porque de esta forma puede “probar” distintas nacionalidades; y porque esas mujeres son inalcanzables si no es pagando.
- E3 expuso que la primera vez fue por probar el sexo de pago; y, en otra ocasión, para superar la soledad tras una ruptura sentimental.
- E4 por experimentar prácticas sexuales.
- E2 y E5 lo relacionan con salir de fiesta y con el consumo de alcohol.
- E6 por ausencia de otro tipo de sexo.

Es significativo el hecho de que ninguno de los entrevistados, al preguntarles por ello, mostrase dificultad para mantener relaciones sexuales no pagadas. Cuando se preguntó con cuantas personas aproximadamente habían mantenido relaciones sexuales a lo largo de su vida, salvo en el caso de E1 y E6 -clientes habituales-, el número de parejas sexuales no pagadas supera la cantidad de prostitutas con las que han mantenido relaciones sexuales. Por ello, es interesante continuar profundizando, desde el punto de vista de las relaciones de poder de género, en las motivaciones y los significados atribuidos a sus experiencias por parte de los hombres que pagan por mantener relaciones sexuales, y afirman no mostrar dificultad en mantener relaciones sexuales fuera de la prostitución. Como afirma Yolanda Estes (2001:5), encontrar una pareja sexual no es el problema: "las parejas sexuales tal vez satisfagan nuestros deseos, pero ellas, normalmente, tienen deseos que satisfacer, también". Para los demandantes, el pago implica la primacía de sus deseos, su satisfacción y su subjetividad sobre la de la mujer prostituida. El deseo no ha de ser recíproco, y sería el poder de imponer un deseo masculino por encima del deseo y reconocimiento de la mujer, posiciona el uso de la prostitución dentro de los valores de la masculinidad

hegemónica.

En relación a esto, es importante referirse también a la "representación de la prostituta". Según Farley et al. (2009) a pesar de que las evidencias empíricas muestran lo contrario, un importante número de demandantes insiste en que las mujeres en situación de prostitución disfrutan del sexo con ellos; manteniendo, por tanto, una percepción del sexo de pago que lo convertiría en un intercambio mutuo de placer. Se busca sexo impersonal, sin embargo, para algunos demandantes de prostitución es importante que la mujer represente esa ficción en la que pareciera que ella también disfruta como si esa representación ficticia del placer de la mujer fuera necesaria para reafirmar la virilidad de los demandantes. Así, la mayoría de los entrevistados, afirmaron que las mujeres en prostitución disfrutaron sexualmente con ellos, estableciendo en diversas ocasiones comparaciones con el resto de demandantes. Siendo especialmente significativas las comparaciones entre ellos como clientes jóvenes y los clientes de mayor edad, de tal forma que la juventud es vista como un beneficio a la hora de establecer relaciones sexuales con las mujeres. Podemos destacar los siguientes comentarios:

“Vamos, me imagino que conmigo estarán a gusto porque... vete tú a saber qué tipo de clientes tengan pero no tengo ni idea. Vete tú a saber... Yo soy bastante educado y en fin, no se... que igual les hago gracia.” (E3)

“Se lo pasan bien. No porque sea un crack en la cama, que en absoluto, no voy por ahí... Pero ni soy un viejo chocho, ni un amargao, ni nadie que pide cosas raras. Las trato normal, me hecho unas risas con ellas jugando, no soy un burro ni na' de eso.” (E4)

Por otro lado, en el discurso de algunos de los entrevistados se observa la imagen del hombre heterosexual como conquistador, en la que se reafirma la identidad masculina, a través, de la cantidad de parejas sexuales. Conseguir un número elevado de parejas sexuales a lo largo de la vida se convierte en un fin en sí mismo. La consecución de este fin, les parecía más fácil recurriendo al sexo comercial. Esto entra en relación con la idea del McSexo, utilizada por López Insausti y Baringo (2006). "McSexo" -retomando las tesis de Ritzer (1993) sobre la McDonalización de la sociedad- se refiere a esa forma mercantilista de entender el sexo: estos jóvenes pretenden ligar de manera acelerada y estresante buscando la máxima rentabilidad del tiempo que invierten en afectos y cortejo, de tal forma que el sexo con mujeres en prostitución les parece más rentable pues ganarían tiempo, y el dinero que pagan por sexo les resulta más económico que lo que invertirían en "ligarse" a una mujer en una discoteca. Así lo refiere uno de los entrevistados:

“El primer polvo es lo que es más caro con una chica, que te la tienes que ligar... después ya no, claro que no. (...) Pero el primero sale mucho más barato [con una prostituta] fijo, porque te ahorras mensajes, te ahorras llamadas, te ahorras cenas, te ahorras todo el tema sentimental, después todo el tema de pensar en si es que le gusto, si no...” (E1)

En contraposición, algunos de los entrevistados percibían acudir a la prostitución como una humillación, puesto que de alguna manera había fallado en el mandato masculino heterosexual de conquistar a alguna mujer:

“En fin, que ya en el siglo XXI viviendo en Madrid, no veo la necesidad de... pero... entonces, bueno, por una circunstancia X pues... pues bueno, pues en fin, acabé probándolo.” (E3).

“La degradación está en el hombre, obviamente, está en el que entra. El que entra e el que se degrada, como el que entra en una frutería.” (E6).

“Cuando acabo bien, al día siguiente me carcome pero tampoco mucho (...) Pues... que lo pienso, que me molaría más no tener que haber recurrido nunca a eso pero en el fondo lo hecho, hecho está (...) Las veces que lo he hecho han sido justificadas (se ríe) no me veo tan feo como para necesitarlo y no conseguirlo, no sé.” (E4)

4.4. LA REPRESENTACIÓN EN GRUPO O LA IMPORTANCIA DE LA HOMOSOCIALIDAD

Otra de las diferencias significativas es la de aquellos que acuden a la prostitución solos y aquellos que lo hacen en grupo: en este caso, dos de los entrevistados visitaban el club de alterne o buscaban prostitución callejera, de forma eventual para continuar la fiesta o para acabarla. Para quienes acudían en grupo mantener relaciones sexuales con una prostituta no parecía ser un hecho buscado de antemano, sino que podría ser definido como una representación pública de la virilidad en un momento determinado. Esto es, una performance ante el grupo de amigos, que a su vez está realizando la misma práctica. Por tanto, el sexo de pago contribuiría a la confirmación individual y grupal de la sexualidad masculina heterosexual. Se reafirma, también, la identidad del grupo de iguales masculinos mediante las prácticas y el acceso a espacios vetados a las mujeres que no están en situación de prostitución.

“Pues normalmente, voy concienciado de que no, de que no ¿sabes? Porque yo sé que aquello... no... que no está bien, vamos, que no está bien pero es que, claro, cuando estás allí y a lo mejor estás un poquito... te bebes dos o tres copas y claro, allí. Bueno, tú no has visto nunca aquello (se ríe). No, bueno, pues las chicas

están en... en bikini, bueno, o con bikini o con vestidos y ya está, y cuando tú te echas una copa, estás con tus amigos, se te arriman dos o tres y hablan contigo y... lo primero que te dicen es “vamos pa’ arriba, vamos pa’ arriba” ¿sabes? Y ya está, y si te pones muy cachondo (se ríe) pues eso, pero vamos, normalmente. Vamos, la mayoría de la gente va para eso.” (E2).

“No lo pensamos... si voy es, pues a lo mejor después de un cumpleaños, o yo que sé, ¿sabes?, es algo raro, que se cruzan los cables vaya pero... lo normal es no ir (...) Sinceramente, cuando estoy borracho. Cuando estamos borrachos, estamos un poco tomaos y sale la idea, no sé, igual alguien lo dice y pues... si surge bien y si no pues nada.” (E5).

La prostitución, como escenario de representación de la masculinidad hegemónica, es un espacio con género muy marcado, como muestran las narraciones de los entrevistados: no sólo los demandantes, sino aquellos con los que comparten la experiencia ya sea por compañía en ese momento o por ser relatada después, son hombres. Además de eso, ninguno de los entrevistados afirmó haber mantenido relaciones sexuales pagadas ni con hombres ni con personas transexuales. Así, la prostitución es una institución atravesada por la separación binaria de los géneros.

4.5. EL OBJETO DE DESEO

También es importante destacar como se produce esa especie de "erotización de la otra", de la mujer de origen inmigrante en prostitución. En algunos de los discursos de los demandantes, se perpetúan estereotipos nacionales, fundamentalmente con las mujeres de origen latinoamericano:

“Sí, las que no te van a fallar son las brasileñas (...) son increíbles... es que son la hostia, ¿sabes? Lo saben hacer todo súper bien. No sé, para ellas, han nacido con el sexo en la cabeza o yo que sé. Ya te digo, es así. Y las del este, en general, son bastante frías. Las rusas y esto, sí, no son buenas. Hay algunas que te pillas que son la hostia pero otras que o son muy frías o muy buenas. (...) Las negritas no me gustan, la verdad. Y en general dicen que son malillas.” (E1)

Una de las motivaciones expresadas por E1 es “probar” distintas nacionalidades convirtiendo el estereotipo nacional en un producto a probar y consumir. Éste mismo contribuyó de manera especial a la investigación aportando una tabla Excel que realiza con las puntuaciones o valoraciones realizadas por él, sobre las mujeres prostituidas que había visitado, catalogándolas según nacionalidad, y puntuando su cara, cuerpo, simpatía e implicación, anotando también si le hicieron rebaja en el precio o no. Afirmando:

“La verdad es que ha sido un año bastante productivo. La verdad es que es interesante esto de probar varias chicas distintas, la verdad es que mola.” (E1)

Todo ello, nos muestra hasta dónde puede llegar la cosificación del cuerpo de las mujeres como objeto de deseo. Además, el cuerpo se convierte en objeto de consumo, ya que todos afirmaron que son las características físicas, corporales las que hacen que elijan a una mujer y no a otra:

"Físico. No va a ser cultura (se ríe), vaya pregunta. Pues que parezcan que estén increíbles en conjunto." (E4).

"Físico siempre. Allí físico. Pues no sé, el culo, las tetas, yo que sé, la cara." (E2).

5. (IN)CONCLUSIÓN

El estudio exploratorio descrito surgió de la pregunta, ¿por qué los hombres jóvenes consumen prostitución? Al tratarse de una muestra no representativa no es posible dar respuesta, sin embargo, podríamos afirmar que en las narraciones de los entrevistados su experiencia aparece descontextualizada, como si las relaciones de género no fueran relaciones de poder enmarcadas en un orden social jerárquico. Los entrevistados atribuyen distintos significados a una misma experiencia que, desde el punto de vista planteado, sirve de representación de la masculinidad hegemónica, donde el poder es encarnado en el sujeto masculino en ese intento de representar su hombría a través de las relaciones sexuales con mujeres.

Por todo lo expuesto, considero necesario seguir profundizando en el análisis de la masculinidad y la relación con el consumo de prostitución, así como las implicaciones que tiene de cara a la consecución de la igualdad real entre mujeres y hombres, pues hay que (re)pensar de qué forma la prostitución se habría convertido en una institución fundamental en la construcción de la identidad masculina en sociedades tendentes a la igualdad formal entre mujeres y hombres así como al debilitamiento de otras instituciones tradicionales patriarcales. Con todo ello, se tratará de indagar sobre el lugar que ocupa la prostitución en el proceso de "rearme patriarcal", como lo denomina Rosa Cobo (2011).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASKABIDE (2008): *Perfil de clientes de prostitución en Bizkaia*. Bilbao: Mensajero.

BADINTER, ELISABETH (1993): *XY La identidad masculina*. Madrid: Alianza

- BARAHONA GOMÁRIZ, MARÍA JOSÉ Y LUIS MARIANO GARCÍA VICENTE (2003): *Una aproximación al perfil del cliente de prostitución femenina en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Dirección General de la Mujer.
- BARINGO, DAVID y RAFAEL LÓPEZ INSAUSTI (2006): *Nadie va de putas. El hombre y la prostitución femenina*. Zaragoza: Logi Organización Editorial.
- BEASLEY, CHRIS (2008): "Rethinking Hegemonic Masculinity in a Globalizing World" *Men and Masculinities*, nº 11-1, 86-103
- CASTELLANOS TORRES, ESTHER y BEATRIZ RANEA TRIVIÑO (2013): *Investigación sobre prostitución y trata de mujeres*. Madrid: Aprosers.
- COBO, ROSA (2011): *Hacia una nueva política sexual. Las mujeres ante la reacción patriarcal*. Madrid: La Catarata.
- COMISIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MALOS TRATOS A MUJERES (2006): *El cliente de prostitución. De invisible a responsable*. Madrid.
- CONNELL, ROBERT W. (1997): *La organización social de la masculinidad*, en Lomas, C. (ed.), *¿Todos los hombres son iguales? Identidades masculinas y cambios sociales*. Barcelona: Paidós.
- (1995): *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- ESTES, YOLANDA (2001): "Moral Reflections on Prostitution" *Essays in Philosophy*: nº 2 (2).
- FARLEY, MELISSA, JULIE BINDEL y JACQUELINE GOLDING (2009): *Men who buy sex. who they buy and what they know*. Londres: Eaves.
- FOUCAULT, MICHEL (1980): *Microfísica del poder*. Edissa: Madrid.
- FLOOD, MICHAEL (1993): *La sexualidad de los hombres heterosexuales*. Jerez de la Frontera: Ayuntamiento de Jerez.
- GIL CALVO, ENRIQUE (2006): *Máscaras masculinas: Héroes, patriarcas y monstruos*. Barcelona: Anagrama.
- GIMENO, BEATRIZ (2012): *La prostitución*. Madrid: Bellaterra.

- GÓMEZ SUAREZ, ÁGUEDA, SILVIA PÉREZ FREIRE y ROSA MARÍA VERDUGO MATÉS (2015): *El putero español*. Madrid: La Catarata
- GÓMEZ SUAREZ, ÁGUEDA y SILVIA PÉREZ FREIRE (2010): "Prostitución en Galicia: Clientes e imaginarios femeninos" *Estudios Feministas, Florianópolis*, nº 18 (1), 121-138.
- GONZÁLEZ DE CHÁVEZ FERNÁNDEZ, MARÍA ASUNCIÓN (1998): *Feminidad y masculinidad: Subjetividad y orden simbólico*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- GRENZ, SABINE (2005): "Intersections of sex and power in research on prostitution: A female researcher interviewing male heterosexual clients." *Signs* nº 30 (4), 2091-2113.
- HUDA, SIGMA (2006): *Informe de la relatora especial sobre los derechos humanos de las víctimas de la trata de personas, especialmente mujeres y niños*. Nueva York: ONU, Consejo Económico y Social.
- KIMMEL, MICHAEL (1994): *Masculinity as homophobia: Fear, shame, and silence in the construction of gender identity*. En Brod, H. y M. Kaufman (eds.), *Research on Men and Masculinities Series: Theorizing masculinities*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- MATESANZ NOGALES, AGRIPINO (2006): *Mitos sexuales de la masculinidad. Biblioteca de la sexualidad*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- MENESES, CARMEN Y ANTONIO RUA VIEITES (2011): "Comportamientos de riesgo en los varones que pagan servicios sexuales.", *Norte de Salud Mental*, nº 9 (39), 27-39.
- MIYARES, ALICIA (2008): "Educación y sexualidad.", en Cobo, R. (ed.), *Educación en la ciudadanía. Perspectivas feministas*. Madrid: Catarata.
- PISCITELLI, ANDREA (2001): *On "gringos" and "natives": gender and sexuality in the context of international sex tourism in Fortaleza, Brazil*. Conferencia presentada en Latin American Studies Association, Washington DC, 5/8 August, 2001.
- RIZTER, GEORGE (1993): *La Mcdonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización de la vida cotidiana*. Barcelona: Ariel.

RUSHING, ROSANNE Y JUAN MANUEL CONTRERAS (2009): “Atracción fatal: estudio cualitativo de hombres occidentales, cliente de trabajadoras sexuales en Tailandia”. En Ramírez Rodríguez, J.C. y G. Uribe Vázquez (coords.) *Masculinidades: el juego de género de los hombres en el que participan las mujeres*. Madrid: Plaza y Valdés.

SÁEZ, JAVIER (2011): *Por el culo. Políticas anales*. Madrid: Egales.

SZIL, PETER (2014) "*Los hombres, la pornografía y la prostitución*" Ponencia impartida en el Curso Hombres, la pornografía y la prostitución, Feminicidio.net