

LA DEMANDA EN DISPUTA. LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA MASCULINIDAD HETEROSEXUAL Y LA PROSTITUCIÓN FEMENINA

Ranea Triviño, Beatriz

Universidad de Granada / University of Hull

beatriz.ranea@gmail.com

RESUMEN

La presente investigación pretende analizar la relación entre el consumo de prostitución femenina y la construcción de la sexualidad masculina heterosexual. Para ello, hemos analizado el contexto actual de la prostitución en el Estado español desde una perspectiva feminista incluyendo las diversas variables que lo determinan: género, clase, raza/etnia y la trata, así como la importancia que tiene el que estas relaciones se den en una sociedad patriarcal, y la influencia del modelo de sociedad de consumo capitalista en el ámbito de la sexualidad y la expansión de la industria del sexo. Asimismo, hemos analizado la construcción social de la sexualidad haciendo especial hincapié en la *performance* de la masculinidad heterosexual y por ello, hemos centrado la atención en las experiencias y percepciones de los hombres jóvenes heterosexuales que han pagado alguna vez por mantener relaciones sexuales. Así, hemos realizado seis entrevistas semi-estructuradas a varones entre los 18 y 35 años. Las conclusiones principales de este trabajo destacan que en los discursos de los entrevistados se reproducen estereotipos de género, así como que el uso de prostitución puede ser interpretado como un escenario de representación de la masculinidad heterosexual tanto a nivel individual como grupal.

PALABRAS CLAVE

Prostitución, género, masculinidad, sexualidad, heterosexualidad.

LA DEMANDA EN DISPUTA. LA CONSTRUCCIÓN DE LA MASCULINIDAD HETEROSEXUAL Y LA PROSTITUCIÓN FEMENINA.

El principal objetivo de este estudio es hablar de la prostitución desde otra óptica. Tanto la academia como el movimiento feminista muestran una división casi irreconciliable en cuanto al tema de la reglamentación o la abolición de la prostitución. En esta investigación, he preferido dejar este debate de lado. Así, nos centraremos en el análisis de la masculinidad heterosexual y su relación con el consumo de prostitución femenina. Puesto que cuando me sumergí a fondo en la temática de la prostitución rápidamente pude observar que en la mayoría de las ocasiones en las que se habla de prostitución, el enfoque se centra únicamente en las prostitutas, tomando una parte por el todo y poca o ninguna atención se pone en el lado de la demanda. La masculinidad (o el ser blanco, por ejemplo) son hechos que no son tenidos en cuenta como situaciones poderosas y son sólo los “otros/as” a los que se analiza: las mujeres, las personas negras, la población inmigrante, entre otros. Son estos grupos los que son etiquetados y/o estigmatizados y a los que se les exige transformación (Wecker, 2009). Así, podríamos afirmar que en lo referente a la prostitución el objetivo habitual han sido las prostitutas, sin etiquetar ni centrar demasiada atención en los demandantes. Sin embargo, los clientes numéricamente son más.

Por ello, desde hace algunos años ha ido surgiendo una corriente que se centra en el análisis de la masculinidad y en este caso, en el estudio de los demandantes de prostitución femenina.

Así, decidí estudiar a los varones porque el estudio de las masculinidades me parece fundamental en la búsqueda de una mayor implicación de los hombres en la lucha por el cambio hacia una sociedad igualitaria, con ello, pretendía y pretendo contribuir a la ampliación del estudio de los clientes y a la deconstrucción de los discursos dominantes en torno a la sexualidad heterosexual masculina y la prostitución femenina, centrándome en los hombres heterosexuales jóvenes que alguna vez han pagado por sexo. Puse el énfasis en los jóvenes, ya que sentía la necesidad de explorar en profundidad las prácticas y discursos de los hombres que han crecido en una sociedad democrática donde los avances en igualdad de género -sobre todo en el terreno jurídico- han sido notables con respecto a etapas anteriores.

Antes de referirnos al estudio de las masculinidades es fundamental situarlo, así como realizar un análisis del contexto en el que la prostitución se lleva a cabo.

Así, llevé a cabo un análisis de la situación de la prostitución en el Estado español, el ámbito geográfico en el que centramos el estudio. En cuanto a la legislación nacional, la situación legal vigente es fruto del cambio en el Código Penal que se establece en 1995. Antes de ese año, se criminalizaba a aquel que promoviera o se beneficiara de la prostitución ajena (Valente Fernández: 2004). Sin embargo, en 1995, tanto la promoción como el beneficio obtenido por la prostitución de otra persona se despenalizan. Es a partir de entonces cuando en España la industria del sexo comienza a expandirse, siendo especialmente significativo el número y tamaño de los burdeles¹. Más tarde en 1999, se introduce en el Código Penal el delito por trata de personas con fines de explotación sexual. En 2003 se produce una nueva reforma del Código

Penal en la que el proxenetismo vuelve a ser incluido, de tal manera que aquel que se lucre mediante explotación sexual de otra persona será penado, independientemente de que esa persona consienta. Sin embargo, no se ha producido un retorno a la situación anterior a 1995: el número de clubes de alterne sigue en aumento, pues los vínculos entre proxeneta y prostituta no siempre son fácilmente probables.

Según la Secretaría para la Igualdad de la UGT (2006) la reforma del código penal de 1995 contribuyó a la rápida expansión e incremento del, número de burdeles por todo el territorio nacional así como el crecimiento económico de finales de los años 90, que produjo cantidades notables de dinero negro que algunos empresarios optaron por invertir en la expansión de la industria del sexo como una vertiente más de la industria del ocio. Lo que contribuye, además, a que se extienda la consideración del sexo comercial como actividad lúdica (Coy et al., 2007).

Todos los datos económicos de este negocio con los que contamos son estimaciones aproximadas, puesto que debido a que forma parte de la economía sumergida, es prácticamente imposible obtener datos exactos de cualquiera de sus elementos. Según la Asociación Nacional de Empresarios de Locales de Alterne (A.N.E.L.A) en España se mueven unos dieciocho millones de euros al año en torno a la prostitución. Los beneficios por prostituta que el dueño de un local obtiene de media al año son unos 45.000 euros. Y se estima que de media los varones españoles gastan unos 1.200 euros al año en sexo de pago (Cortes Generales, 2007). Todos estos datos económicos formarían parte de la economía sumergida.

Además del contexto jurídico para realizar un análisis en profundidad de la situación de la prostitución he teniendo en cuenta las variables que determinan su configuración actual, tales como género, clase, raza/etnia (o procedencia), trata; el desarrollo de la industria del sexo y sus conexiones con la extensión del modelo capitalista y de sociedad de consumo Occidental.

En cuanto al género, resaltar la importancia del hecho diferencial que supone que la mayoría de las prostitutas sean mujeres y que la mayoría de los clientes sean hombres. Es complicado cuantificar el número exacto de mujeres que ejercen la prostitución en España, por la diversidad y la clandestinidad de algunos de los lugares en los que esta actividad es llevada a cabo. Se manejan varias cifras: en el informe realizado por las Cortes Generales en 2007, la cantidad que se estimaba era de 400.000 mujeres. Algunos/as autores/as afirman que este dato es elevado y cifran el número entorno a 95.000 y 120.000.

El informe de las Cortes, señalaba que alrededor de un 99,7% de la demanda total de prostitución está compuesta por varones. Asimismo, el porcentaje de hombres que alguna vez ha pagado por mantener relaciones sexuales gira alrededor del 27,3% (INE, 2003) y el 39% (ONU, 2010).

Por ello, me pregunté que significado tiene la prostitución femenina en una sociedad patriarcal y el obviar estas diferencias de género en el análisis de la prostitución. Rosa Cobo (2010) afirmaba que "En este proceso de rearme ideológico del capitalismo y de rearme ideológico del patriarcado (...) se está extendiendo la perversa idea de que la prostitución es una práctica social neutra y un trabajo como otro cualquiera que no está relacionado con el patriarcado"

También, he aplicado la categoría clase al análisis, pues entiendo que la prostitución femenina está íntimamente relacionada con la feminización de la pobreza ya que las mujeres que tradicionalmente han ejercido la prostitución en la Europa moderna pertenecen a las clases bajas. Según la ONU, de la población mundial por debajo del umbral de la pobreza, un 70% son mujeres y niñas.

En las últimas décadas hemos asistido a la implantación del modelo capitalista neoliberal a escala global que ha supuesto cambios significativos en el panorama geopolítico: liberalización de la circulación de capitales y mercancías, reducción de la soberanía de los estados frente a organismos como el FMI, BM, UE; así como la reducción de las políticas sociales de los estados por medio de la eliminación o privatización de prestaciones anteriormente públicas, y con ello, la reducción del bienestar de la ciudadanía.

Ha quedado demostrado que estas políticas económicas neoliberales (como los planes de ajuste estructural que se llevaron a cabo en los años 80 y 90 en AL y Asia, así como los que están llevando ahora en Europa) han tenido mayor impacto negativo en las mujeres que en los hombres, incrementando la precariedad de éstas y las dificultades para salir de dicha situación.

También hay que destacar, el caso de la antigua Unión Soviética, puesto que la transición del comunismo al capitalismo dejó una alta tasa de desempleo que continúa hoy en día afectando más a las mujeres que a los hombres (Sulaimanova, 2006).

Enlazando con las consecuencias de la feminización de la pobreza y su relación con la prostitución, Rosa Cobo en su intervención en el Congreso de los Diputados (Cortes Generales, 2007) afirma que existe una relación directa entre los niveles de bienestar e igualdad en una comunidad y el número de mujeres que se prostituyen en la misma. Así, una inmensa mayoría de las mujeres que se prostituyen en el Estado español son de origen extranjero, aunque por otro lado, los últimos datos nos mostrarían como el impacto de la crisis económica en España, ha incrementado el número de mujeres españolas que se prostituyen.

En la demarcación de la Guardia Civil, en 2005 cuando se publica el último informe público Criminológico sobre Trata de Seres Humanos con Fines de Explotación Sexual, destacaban que: más del 90% de las mujeres que trabajaban en los establecimientos (clubs de carretera) son extranjeras; alrededor de un 60% latinoamericanas; un 30% de países del este, y el resto africanas.

Pero el impacto de la crisis en España habría aumentado el número de mujeres españolas en situación de prostitución, según afirmó en marzo de 2010 el portavoz de prensa de la Asociación Nacional de Empresarios de Clubes de Alterne (A.N.E.L.A.), el porcentaje de mujeres españolas que trabaja en los clubs pertenecientes a dicha asociación ha pasado de un 1% a un 5%-10% dependiendo del club¹.

Por otro lado, me parece fundamental referirse a las conexiones que se establecen entre la industria global de la prostitución y las organizaciones criminales que se dedican a la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual (Castells, 1997) pues aprovechan esta situación

¹ Declaraciones de José Roca, jefe de prensa de A.N.E.L.A. para *El Mundo* 28/03/2010

de vulnerabilidad creciente de algunas mujeres, ya sea en el país de origen o en el de destino, donde la precariedad crece cuando la inmigrante se encuentra en situación de irregularidad administrativa; debido a las políticas restrictivas a la inmigración. el tráfico de personas es uno de los negocios ilícitos más rentables a nivel global junto con el tráfico de armas y de drogas.

Además, en lo referente a España, el informe sobre el Tráfico de Personas (2010) que cada año realiza el Departamento de Estado de los Estados Unidos, destaca al Estado español como lugar de destino y tránsito para víctimas de las mafias de tráfico, siendo especialmente significativo el tráfico de mujeres y niñas destinadas a la explotación sexual.

Women's Link Worldwide (2011) ha publicado recientemente un estudio centrado en la situación de las mujeres inmigrantes en Almería. Durante la investigación se descubrió que una cantidad significativa de ellas, están siendo o han sido explotadas sexualmente por algunas redes de trata que trabajan en la zona. Se encontraron con dos situaciones: de un lado, aquellas que dejaron su país sin saber que iban a dedicarse a la prostitución a su llegada a territorio español, y por otro, aquellas que aún sabiéndolo, desconocían las condiciones en las que la prostitución sería llevada a cabo. De tal forma que se encontraron con situaciones en las que son o han sido sometidas mediante coacciones, violencia física o amenazas hacia su familia. Asimismo, el informe destaca que para otras mujeres, sin ser víctimas de trata y al encontrarse en situación irregular en el Estado español, esto es, sin permiso de residencia ni de trabajo, la prostitución supone la única posibilidad.

Algunos autores como José Luis Solana (2007) critican el enfoque trafiquista que se da a la prostitución de las mujeres extranjeras, sin embargo, no se afirma que todas las prostitutas de otra procedencia sean víctimas de trata, pero no se puede obviar la relación directa entre la feminización de la pobreza, la precariedad en la que se encuentran algunas inmigrantes, la trata y la explotación sexual.

Otra categoría que he incluido en el análisis es la raza/etnia o procedencia, puesto que sea la prostituta víctima de trata o no, es necesario destacar la complejidad de la demanda de los países de destino. La demanda (tanto "empresarios del sexo" como clientes), en ocasiones, busca unas características específicas que contribuyen a mantener estereotipos basados en las nacionalidades o características étnicas de las mujeres, lo que daría como resultado una erotización de la "otra". De alguna manera, se perpetuaría un racismo sexualizado que refuerza la definición del mundo surgida del punto de vista del varón blanco occidental, de clase media, heterosexual.

Por último, he hecho especial hincapié en la influencia de la extensión del modelo de sociedad de consumo en Occidente y sus repercusiones en el crecimiento de la industria del sexo puesto que si bien es cierto que la prostitución no es algo nuevo, las magnitudes que ha alcanzado la denominada industria del sexo si lo son. En las últimas décadas se ha convertido en un negocio a escala global que mueve importantes cantidades de dinero. Según Jeffrey Weeks (1993), la expansión de la industria del sexo tiene su raíz en la capacidad expansiva del modelo capitalista en todos los aspectos de la vida individual y social, a los que intentará aplicar también los imperativos del crecimiento, plusvalía y beneficio. Esto es, todo ámbito puede ser mercantilizado. Así, el paso al modelo de la sociedad de consumo en los países occidentales tras la Segunda

Guerra Mundial -y en España a finales de los 60-70- supone la creación constante de nuevos deseos, que han de ser satisfechos de forma inmediata. En este sentido, los sectores que componen la industria del sexo se encargarían de construir, reproducir y expandir nuevas “necesidades” sexuales y formas de placer que se pueden conseguir mediante la transacción económica: revistas, películas, juguetes, turismo sexual...

En este proceso se produce el paso de una etapa de represión o puritanismo ante lo sexual hacia un periodo donde todo ámbito de la vida se sexualiza. Se podría afirmar que este cambio sigue, además, patrones capitalistas y valores asignados a lo masculino, ya que no puede obviarse que las estructuras patriarcales persisten y la oferta se crea en aras de satisfacer una demanda mayoritariamente masculina.

Además, el modelo de sociedad de consumo capitalista ha influido también en la formación de los discursos en torno a la sexualidad, es decir, el sexo es entendido, en el caso de la prostitución, como un artículo más de consumo. Como afirmó Sabine Grenz en 2005 tras llevar a cabo un estudio sobre clientes de prostitución en Alemania: “No quiero 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”².

Una vez analizado el contexto en el que la prostitución se lleva a cabo, pasé a explorar el marco teórico que propone el construccionismo social de la sexualidad, es decir, sin negar la influencia de la fisiología y la corporalidad en las vivencias sexuales, sostiene que nuestras conductas, prácticas, deseos, identidades y formas de pensar el sexo se escapan de lo biológico pues son producidas y dotadas de significados en un determinado contexto social. Por ello, es importante contextualizar las conductas, prácticas, deseos sexuales, etc. y analizar los roles patriarcales socialmente asignados a mujeres y a hombres 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 la mayoría de las escuelas de España sigue siendo una educación basada en los supuestos biológicos que se centran 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. De esta forma, “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). En conclusión, desde la educación sexual recibida en la escuela se siguen produciendo y manteniendo estereotipos de género en el terreno de la sexualidad.

En el caso del consumo de prostitución, es una práctica que no comparte toda la población masculina pero que parece estar socialmente aceptada como algo inherente a la sexualidad de

² Traducción propia: “I do not want to argue against sexual pleasure, but in the context of prostitution the pleasure is a consumer good. Consumer goods, like sexuality, serve to perform one’s social identity”.

todo hombre heterosexual. Se sigue afirmando que la prostitución existe porque el varón tiene unas necesidades sexuales irrefrenables que ha de satisfacer, si bien no lo consigue mediante sexo pactado (sexo no pagado), el hombre podrá recurrir al uso de prostitutas. Sin embargo, como explica María José Barahona (2006), la decisión del cliente de pagar por mantener relaciones sexuales en un acto que se planifica y en cuya planificación intervienen variables como el dinero, el tiempo, la compatibilidad con las obligaciones laborales o familiares, el tipo de prostitución... Por todo esto, esa supuesta "necesidad irrefrenable" puede ser retrasada en el tiempo, dejando claro que más que un impulso es producto de la voluntad del cliente.

Por otro lado, es importante señalar como la sexualidad masculina heterosexual es construida en relación a la sexualidad femenina heterosexual, y normalmente en contraposición a ésta. Así, en las sociedades occidentales, podría afirmarse que la sexualidad femenina ha sido reprimida en mayor medida que la masculina. Según González de Chávez Fernández (1998: 198): "Bajo una, aparente equitativa, Moral sexual, se esconde un doble código: mientras tolera y/o exalta las prácticas sexuales masculinas (...) prohíbe y/o desprecia los mismos comportamientos en las mujeres". Es por ello que la sexualidad femenina queda definida y representada en dos roles contradictorios: 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. Sin embargo, los dos roles están determinados por la ausencia de libertad o 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.

Se podría afirmar que la prostitución femenina perpetuaría esta lógica fálica con la que se producen los significados dentro del sistema patriarcal, en el que el rol activo ha sido tradicionalmente asignado a la sexualidad masculina heterosexual mientras que, por oposición, el papel pasivo se ha relacionado con la sexualidad femenina. Podríamos decir que las prostitutas "existen en función de las necesidades del varón de confirmar y exhibir su virilidad" (González de Chávez Fernández, 2008:212). Por lo tanto, podríamos argumentar que la prostitución sirve a los clientes como escenario para representar su masculinidad mediante el desempeño de su potencia sexual. Asimismo, la prostituta realiza una performance en la que su sexualidad no es tenida en cuenta.

A continuación, considero relevante subrayar lo que Sheila Jeffreys (2002) denomina la cultura de la prostitución. Esto es, la cultura de aceptación y normalización del consumo de prostitución femenina por parte de los varones heterosexuales y de la sociedad en general. En este proceso la industria sexual juega un importante rol puesto que sería una fuente de educación sexual en las sociedades occidentales, construyendo y manteniendo una definición de lo que se entiende por "sexo". Es decir, se refuerza y se asume como relación sexual normal que el hombre pague por servicios sexuales y que las mujeres sean aquellas que conformen la oferta.

En mi opinión, podríamos aplicar el concepto de hegemonía de Gramsci (2009) en el tema de la cultura de la prostitución. En este sentido, la industria del sexo tendría cierta hegemonía cultural y económica que permite extender y difundir esta aceptación y normalización del consumo de prostitución dentro de la sociedad. Como ya se ha mencionado, si bien la prostitución no es un fenómeno actual, sí lo es la amplitud y extensión que ha alcanzado la industria del sexo, es por

ello, que dicho sector de la economía tendría capacidad para crear, mantener y difundir valores en torno al sexo afines a sus intereses.

Por otro lado, hay que hacer hincapié en que la sexualidad es un pilar de la identidad de los sujetos. Por ello, he explorado el análisis de las masculinidades y la relevancia que tiene la sexualidad en la construcción y reafirmación de la identidad masculina heterosexual, 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, en ocasiones.

Hay que destacar que la masculinidad, como la feminidad, es construida cultural y socialmente y, por tanto, es dinámica pues depende de los contextos históricos, sociales y geográficos. Es también diversa y heterogénea, pues el ser hombre, como el ser mujer, entra en conexión con la sexualidad, la clase, la raza/etnia o la discapacidad. Esto es, los diferentes sistemas de dominación están interrelacionados en el proceso de construcción del género.

Desde los estudios de las masculinidades se revisa críticamente qué es ser hombre, las distintas maneras de ser hombre y cómo es el proceso socializador masculino dentro del contexto cultural y social de la desigualdad de género (Lorente Acosta, 2009). También, se destaca la importancia de implicar a los hombres para promover el cambio hacia unas relaciones igualitarias.

En el estudio de las masculinidades, la herramienta teórica que proporciona la idea de la máscara (Gil Calvo, 2006) o performance de la masculinidad nos permite comprender y reflexionar sobre las actitudes y los discursos de los hombres, en este caso de los hombres jóvenes heterosexuales clientes de prostitución.

La masculinidad podemos explicarla 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.

En este ser y representar “ser hombre” podemos afirmar que existe una estrecha relación entre la sexualidad y la identidad de género masculina. Esto es, 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).

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). En este sentido, el pene adquiere un papel central como instrumento de reafirmación de la potencia sexual y, por tanto, la ausencia de erección o la disminución de ésta puede ser percibida por algunos varones como un reto a su virilidad, llegando a vivirlo como una humillación.

Esta representación pública que se basa, entre otras cosas, en la conquista mediante la cual se busca el reconocimiento de los demás hombres, más allá de las emociones o deseos propios. En este sentido, David Grazian (2007) describe la importancia del carácter colectivo de la representación o performance de la masculinidad heterosexual, centrándose en el contexto de la vida nocturna de los hombres jóvenes y el ritual denominado la caza de la chica como una práctica donde los hombres jóvenes heterosexuales de forma agresiva buscan compañeras sexuales ocasionales durante las salidas nocturnas.

En el proceso socializador estos hombres jóvenes han recibido una visión construida de la virilidad basada en una serie de creencias, discursos y prácticas que definen unos valores claros de lo que es ser hombre, tales como: la fortaleza física, el poder, la independencia, la confianza en sí mismo, la eficacia, el dominio, el rol activo, la agresividad, la valentía y la potencia sexual. Se inculca un espíritu competitivo, el distanciamiento de todo lo que tenga que ver con el ámbito de las emociones, un insaciable deseo sexual que en muchas ocasiones se relaciona con la percepción de las mujeres como objetos sexuales. Todo ello, caracterizaría un ideal de masculinidad a ser representada en público.

El autor expone que estadísticamente la caza de la chica no suele ser exitosa, sin embargo, esta estrategia se reproduce porque para estos hombres jóvenes heterosexuales tiene un carácter ritual y performativo de la masculinidad. Y lo que es más, porque como actividad colectiva produce cohesión en el grupo de varones mediante la representación conjunta del género y la heterosexualidad, reforzando también sus identidades masculinas a nivel individual.

En este sentido, el estudio sobre Jóvenes y Sexo realizado por el Injuve (Megías Quirós et. al., 2005:21) confirma que, entre los jóvenes, la búsqueda de relaciones sexuales esporádicas durante las salidas nocturnas el fin de semana, es un fin en sí mismo, más allá de ir enfocado a la obtención de placer sexual, “el triunfo real está en “pillar” a alguien con quien “hacerlo””.

Enlazando con la presentación del análisis de las entrevistas destaco que el consumo de prostitución femenina puede ser entendido como un espacio utilizado por los hombres para representar su virilidad tanto de forma grupal como individual.

Antes de ello, creo necesario destacar las dificultades que presentó la realización del trabajo de campo: la búsqueda de participantes para la investigación, puesto que los demandantes de prostitución son una población oculta difícil de contactar y una vez contactados, es difícil asegurar su participación. Con el fin de rentabilizar la obtención de la información, no centré el estudio geográficamente en una región específica del territorio nacional, sino que acepté la participación de aquellos clientes que comparten ciertas características (rango de edad y nacionalidad, principalmente) y que se han mostrado dispuestos a participar en las entrevistas.

Para buscar a los entrevistados desarrollé un estudio exploratorio con encuestas breves autogestionadas que se distribuyeron por correo electrónico entre contactos con el fin de obtener la máxima difusión posible. Al final de esta encuesta ofrecía a los participantes la opción de dejar un número de teléfono o e-mail de contacto para ser entrevistados en profundidad. Recibí 41 cuestionarios, entre los clientes de prostitución, sólo uno se ofreció a participar en la entrevista pero finalmente no lo hizo. Por lo tanto, busqué otros medios alternativos para conseguir la

muestra, éstos fueron los siguientes: Reparto de octavillas informativas, Colocación de carteles en distintas facultades, Abrimos entradas en foros generales de internet, coloqué diariamente, anuncios en la página web, colocamos el anuncio en redes sociales como: facebook y badoo.

La mayoría de los hombres que podrían estar interesados en participar en la investigación se negaron a hacerlo sin recibir a cambio retribución económica. No obstante, recibí 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 mediante redes de personas conocidas, que establecieron contacto directo con personas de su entorno que se adecuaban al perfil buscado.

Por todo ello, la selección de los participantes ha sido incidental ya que no busca representatividad sino analizar algunos casos con el fin de detectar elementos y factores relevantes para comprender en profundidad los significados atribuidos por los entrevistados a sus experiencias.

Este estudio corrobora las conclusiones de otros estudios anteriores (Barahona Gomáriz et. al., 2004; Barahona Gomáriz y García Vicente, 2003; Baringo y López Insausti, 2003; Gómez Suarez y Pérez Freire, 2010; Meneses Falcón y Rua Vieites, 2011; Meneses Falcón, 2010) que determinan que los clientes de prostitución son un grupo heterogéneo en cuanto a las características sociodemográficas así como en otros aspectos como es la frecuencia del consumo de prostitución: dos de los participantes eran clientes habituales, mientras que los otros cuatro eran eventuales. Los primeros son aquellos que tienen construido un discurso más elaborado como clientes y se identifican como tales.

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

“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” (Ricardo).

También, he encontrado diferencias en lo referente al espacio de búsqueda de prostitución: clubes de alterne, anuncios de contacto (pisos privados) y calles. Hay que destacar que algunos de los entrevistados ritualizan la búsqueda siguiendo siempre los mismos patrones, mientras que otros cambian de escenario.

Así como diferencias entre aquellos que acuden a la prostitución solos y aquellos que lo hacen en grupo: en este caso, dos de los entrevistados, visitan el club de alterne o buscan prostitución callejera, de forma eventual para continuar la fiesta o para acabarla.

“No lo pensamos... si voy es, pues a lo mejor después de un cumpleaños, o yo que se, ¿sabes?, es algo raro, que se cruzan los cables vaya pero... lo normal es no ir” (Tomás).

“Pues normalmente, voy concienciado de que no, de que no ¿sabes? Porque yo se 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..." (Andres)

Para ambos, mantener relaciones sexuales con una prostituta no parece 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. Cuando el cliente va en grupo, supone compartir la transgresión de las normas. Con ello, se reafirma, también, la identidad del grupo de iguales masculinos mediante las prácticas y el acceso a espacios vetados a las mujeres no prostitutas.

Por otro lado, es significativa la camaradería que se establece entre algunos grupos de hombres heterosexuales que acuden al sexo de pago juntos, invitados por alguno de ellos. Ricardo afirma acudir al sexo comercial sin compañía de otros hombres, salvo en las ocasiones en las que es invitado. Además, son prácticas que o bien no son narradas y compartidas con nadie, como en el caso de Pedro, que únicamente ha compartido esta experiencia conmigo; o bien son compartidas entre compañeros varones, pero no con mujeres.

Como he señalado, acudir a la prostitución se podría interpretar como una performance de la virilidad, de esa hombría que ha de ser representada tanto de forma individual como grupal, mediante la demostración de la potencia sexual. En el discurso de Toni podemos observar la imagen del hombre heterosexual como conquistador, en la que se reafirma la identidad masculina, a través, de la cantidad de parejas sexuales. Para él, 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, le parece más fácil recurriendo al sexo comercial:

"Quiero llegar al menos a unas 100 chicas. Eso, para ir contento... cuando me muera, al menos tener un buen listado. Claro, imagínate con las otras chicas, tu imagínate el listado... es muchísimo más difícil, por pura lógica." (Toni).

También, es interesante destacar como algunos de los entrevistados perciben acudir a la prostitución como una humillación, puesto que de alguna manera han fallado en el mandato masculino heterosexual de conquistar a alguna mujer. Como hemos visto, la performance de la masculinidad hegemónica, en muchas ocasiones, está ligada a la conquista y la potencia sexual. Aquel que no cumple los imperativos viriles, podrá recurrir al sexo de pago.

Las motivaciones de los hombres jóvenes para pagar por mantener relaciones sexuales son muy diversas: Los entrevistados ofrecieron las siguientes: porque es más barato; se pueden "probar" varias nacionalidades; porque son mujeres inalcanzables sin pagar; por experimentar; para superar la soledad tras una ruptura sentimental; por ausencia de otro tipo de sexo; o relacionado con salir de fiesta y consumir alcohol.

Es significativo el hecho de que ninguno de los entrevistados muestra dificultad para mantener relaciones sexuales no pagadas, según afirmaron. Les preguntamos con cuántas personas aproximadamente habían mantenido relaciones sexuales a lo largo de su vida. Al contestar dicha pregunta todos dudaron y ofrecieron el número más alto de los que planteaban. Curiosamente, cinco de ellos coincidieron y contestaron 30, y sólo Ricardo superó este número, afirmando que

había mantenido relaciones sexuales con unas 200 mujeres a lo largo de su vida. Además, todos afirmaron haber mantenido alguna relación estable de pareja afectivo-sexual.

Salvo en el caso de Ricardo y Toni –clientes habituales-, el número de parejas sexuales no pagadas supera la cantidad de prostitutas con las que han mantenido relaciones. Por todo ello, al centrarme en estos varones jóvenes, busco indagar y profundizar en las tendencias y motivaciones de los hombres heterosexuales que no muestran dificultades para establecer relaciones sexuales no pagadas y, además, recurren a sexo de pago con mayor o menor frecuencia.

Como afirma Yolanda Estes (2001:5), encontrar una pareja sexual no es el problema, sino que lo que buscaría el cliente es un tipo particular de mujer. Las relaciones sexuales pactadas, incluidas las eventuales, implican cierto esfuerzo, tiempo, obligaciones, etc.: “las parejas sexuales tal vez satisfagan nuestros deseos, pero ellas, normalmente, tienen deseos que satisfacer, también”³. Por ello, para el cliente, el pago por sexo implica la primacía de sus deseos, su satisfacción o su subjetividad por encima de la de la mujer prostituida. El cliente tiene sexo cuando, cómo y con quien quiera. Puede elegir a la prostituta sin necesidad de atraer su atención o su deseo, sin que haya reciprocidad. Sin embargo, ella ha de representar un papel en el que este deseo existe. Es la performance de la prostituta, a la que haré referencia más adelante.

En otras palabras, lo que buscarían no es sólo sexo, sino que lo que se persigue iría desde un ideal de mujer, un estereotipo de belleza física, una amante experimentada, la relación de prácticas sexuales deseadas, de manera rápida, saciar la curiosidad, hasta satisfacción de un deseo individual inmediato, entre otras posibilidades.

En cuanto al género, en el caso de la prostitución los roles están definidos, siendo los clientes mayoritariamente varones y las prostitutas en la mayoría de los casos, mujeres. No se trata de establecer un dualismo maniqueo entre ambos, sino que se busca analizar las construcciones sociales y culturales de género -especialmente la masculinidad- en el caso de la compra de sexo.

Es importante señalar que ninguno de los entrevistados afirmó haber mantenido relaciones sexuales pagadas ni con otros hombres, ni con transexuales. Por tanto, todos los entrevistados son varones heterosexuales y pagan por servicios sexuales de mujeres prostitutas. Por otro lado, el resto de clientes a los que se hace referencia a lo largo de las entrevistas son también hombres: amigos, compañeros de trabajo, conocidos o usuarios de foros en internet.

La reproducción de estereotipos de género se dio a través de sus narraciones y con ello, mantenían los discursos dominantes en torno a la sexualidad masculina y femenina heterosexual. Del examen de las entrevistas destaco como algunos de los participantes reprodujo estos discursos tanto en sus percepciones sobre las prostitutas como de las mujeres no prostitutas, así como estereotipos racistas, en este sentido he elegido este comentario de uno de los participantes.

“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 se, para ellas, han nacido con el sexo en la cabeza o yo que se. 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” (Toni)

También, hay que destacar la influencia del lenguaje mercantilista en las narraciones, es decir, el peso que el modelo de sociedad de consumo tiene en la formación de los relatos de algunos de los participantes en el estudio. En este punto, he introducido la tesis de Ritzer (1996) sobre la Mcdonalización de la sociedad, y el concepto de McSexo, utilizado por algunas autoras y autores a la hora de referirse a la percepción del sexo de pago como un artículo de consumo más.

La Mcdonalización de la sociedad supone la extensión de los principios de la industria de la comida rápida a otros ámbitos de la vida. En otras palabras, el sexo se entiende de forma similar a comprar y comer hamburguesas en un McDonald o cualquier establecimiento de comida rápida. Se podría cocinar en casa pero supone esfuerzos, recursos y tiempo. Por esto, al cliente le compensa comprar la comida ya preparada. En este modelo de sociedad, en el que se consume y se vive de forma acelerada sin tiempo para establecer relaciones interpersonales, así como se busca la satisfacción de los deseos de manera instantánea, el sexo se convertiría en un artículo de consumo más.

En la investigación de Baringo y López Insausti llevaron a cabo en Zaragoza, el perfil de cliente joven que establecen, sería aquel que entiende el sexo de esta manera. Son hombres que consideran la afectividad como innecesaria, una pérdida de tiempo, aquellos que lo que pretenden es “ligar, pero de forma condensada y estresante. Llevarse a la mujer a la cama a toda velocidad. Ajustando lo más que se pueda la inversión en cortejo, atenciones y afecto” (Baringo y López Insausti, 2006:72). Por ello, el sexo de pago les resulta más fácil, rápido y económico.

Entre los entrevistados es Toni, aquel que reproduce este tipo de discursos a lo largo de toda la entrevista:

“Así no tengo que perder mucho el tiempo con una chica y todo este tema, además cuando se ponen muy tontitas las chicas ya cansa mucho y dices, hombre, pues para esto no voy a perder tanto el tiempo con ellas, que... ¿qué gano? ... ¿me entiendes? Y dice, pues llamo a una puti y ya está. No me complico mucho” (Toni).

“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...” (Toni).

Por otro lado, Ricardo compara el hecho de comprar sexo con comprar fruta. Esto es, bajo su punto de vista el sexo es entendido como un artículo de consumo básico para satisfacer necesidades fisiológicas, como sería la nutrición:

“¿Por qué va la gente a la frutería? Porque no tiene fruta. ¿Por qué va la gente a servicios de prostitución? Porque no tiene sexo, es eso y punto (...) sin eufemismos, así, nada más que es eso. Por

una necesidad fisiológica, porque necesitas un producto que no tienes en casa ya está. Igual puedes ir a la frutería que puedes ir a comprar sexo” (Ricardo).

Por añadidura, considero necesario hacer referencia a la concepción del cuerpo como artículo de consumo dentro de este contexto. Debido a que las relaciones sexuales son experimentadas en nuestra corporalidad es importante señalar como cambia la percepción del cuerpo en la segunda mitad del siglo XX en la sociedad Occidental. El cuerpo empezará a construirse en discurso, en mercancía, en instrumento para el control social, en lugar de resistencia, etc.

Jean Baudrillard (2009) explicaba en 1974 cómo en la sociedad Occidental, tras la Segunda Guerra Mundial, con la expansión del modelo de la sociedad de consumo, el cuerpo se mercantiliza, se convierte en un objeto más. La corporalidad comienza a vivirse como exponente de la libertad sexual y física –especialmente de las mujeres- tras el puritanismo del periodo histórico precedente, el cuerpo pasa a ser omnipresente en los medios de comunicación de masas y en la sociedad en general. Se desarrolla un culto a la higiene, a la dieta, a la juventud, a la estética, a la virilidad y la feminidad física, etc. que harían de nuestro cuerpo, un “objeto de salvación” del individuo. Por tanto, el cuerpo sería entendido como capital en el que invertir y como objeto de consumo y de exhibición.

Por ello, en este contexto, el cuerpo es percibido como un artículo de consumo más, puesto que son las características físicas corporales aquellas en las que los clientes se fijan para seleccionar a una prostituta y no a otra.

Algunos entrevistados hacen referencia al tema de la liberación sexual de las mujeres prostituidas. Esta liberación sexual se entiende desde un punto de vista masculino, esto es, se entiende a las prostitutas como mujeres liberadas sexualmente puesto que son aquellas que viven libremente su sexualidad. Sin negar el control que pueden tener algunas prostitutas, su rol depende de que un grupo de varones heterosexuales pague por mantener relaciones sexuales con ellas. Es decir, el valor y significado de la mujer prostituta sigue dependiendo de sus relaciones con los varones heterosexuales. Podemos afirmar que esa imagen de mujer moderna y liberada con independencia económica y personal mediante la cual se describe en ocasiones a las prostitutas es una máscara que tiene por función disimular los valores y estereotipos que tradicionalmente han oprimido a las mujeres (Ballesteros, 2001). Serían los clientes los que viven su sexualidad con libertad, puesto que mediante la transacción económica pueden disfrutar de los servicios sexuales de toda mujer prostituida. El único límite a su elección sexual sería el límite monetario. Por lo expuesto, podríamos afirmar que la liberación sexual, se entiende siguiendo patrones masculinos.

A continuación considero importante hablar de la importancia de la performance 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 prostitutas 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 usuarios de prostitución es importante que la prostituta represente una ficción. Así, la mayoría de los entrevistados, afirman que las prostitutas disfrutan con ellos, estableciendo en diversas ocasiones comparaciones con el resto de clientes. Siendo especialmente significativas, las comparaciones

entre ellos como clientes jóvenes y los clientes maduros, es decir, la juventud es vista como un beneficio a la hora de establecer relaciones sexuales con las prostitutas. A la prostituta le costará menos o le satisfará más, mantener relaciones sexuales con chicos jóvenes que con “viejos verdes”.

Hay que destacar que entre los entrevistados, uno de ellos contribuyó de manera especial a la investigación aportando una tabla Excel que realiza con las puntuaciones que él pone a las prostitutas visitadas. Las cataloga según nacionalidad, y las puntúa su cara, cuerpo, simpatía e implicación.

Por último, 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.

Para concluir, lo primero que deseo subrayar es que este estudio es tan sólo un punto de partida en el que he tratado de analizar el consumo de prostitución femenina por parte de los varones heterosexuales jóvenes y realizar un acercamiento al análisis de la construcción de la masculinidad heterosexual y el consumo de prostitución femenina, desde la investigación feminista. Este estudio de casos de seis jóvenes demandantes de prostitución femenina nos ha permitido profundizar en sus prácticas, motivaciones, opiniones y percepciones y reflexionar acerca de sus discursos.

Sin lugar a dudas la relevancia de este trabajo no se haya en los resultados obtenidos, sino en las posibilidades de abrir nuevos caminos de reflexión y desarrollo del tema en cuestión.

BIBLIOGRAFÍA

BARAHONA GOMÁRIZ, María José (2006): "Los prostituidores" en Liliana MARCOS (ed.), *Explotación sexual y trata de mujeres*. Madrid: Editorial Complutense.

BARAHONA GOMÁRIZ, María José, CORBACHO CASTILLO, Ana Isabel, GARCÍA VICENTE, Luis Mariano y HERAS VALLE, M^a Victoria (2004): *Análisis de los antecedentes que configuran hoy el mercado prostitucional "indoor" a través del estudio de los anuncios clasificados de los medios impresos diarios*. Madrid: Fundación General de la Universidad Complutense de Madrid.

BARAHONA Gomáriz, María José y GARCÍA VICENTE, Luis Mariano (2003): *Una aproximación al perfil del cliente de prostitución femenina en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Dirección General de la Mujer.

BARINGO, David y LÓPEZ INSAUSTI, Rafael (2006): *Nadie va de putas. El hombre y la prostitución femenina*. Zaragoza: Logi, Organización Editorial.

BAUDRILLARD, Jean (2009): *La sociedad de consumo. Sus mitos, sus estructuras*. Madrid: Siglo XXI.

CASTELLS, Manuel (1997): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. 3, Fin de milenio*. Madrid: Alianza.

COBO, Rosa (2010): "La nueva política sexual del patriarcado y sus alianzas con la globalización capitalista.", en Forum de Política Feminista (ed.), *Mujeres, sexo, poder, economía y ciudadanía. XX taller de política feminista*. Madrid: Forum de Política Feminista.

CORTES GENERALES (2007): *Informe ponencia: La prostitución. Congreso de los Diputados*. Madrid: Gobierno de España.

COY, Maddy, HORVATH, Miranda y KELLY, Liz (2007): *"It's just like going to the supermarket": Men buying sex in east London*. Londres: London Metropolitan University.

DEPARTMENT OF STATE (2010): *Trafficking in persons report*. Washington: Departamento de Estado de los Estados Unidos.

ESTES, Yolanda. (2001): "Moral Reflections on Prostitution.", *Essays in Philosophy*: 2 (2).

FLOOD, Michael (1996): *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.

GÓMEZ SUAREZ, Águeda, y PÉREZ FREIRE, Silvia (2010): "Prostitución en Galicia: Clientes e imaginarios femeninos." *Estudos Feministas, Florianópolis* 18 (1): 121-138.

GONZÁLEZ de CHÁVEZ FERNÁNDEZ, María Asunción (1998): *Feminidad y masculinidad: Subjetividad y orden simbólico*. Madrid: Biblioteca Nueva.

GRAMSCI, Antonio (2009): *Cuadernos desde la cárcel. Pasado y Presente*. México: Casa Juan Pablo.

GRAZIAN, David (2007): "The girl hunt: Urban nightlife and the performance of masculinity as collective activity.", *Symbolic Interaction* 30 (2): 221-43.

GRENZ, Sabine (2005): "Intersections of sex and power in research on prostitution: A female researcher interviewing male heterosexual clients." *Signs* 30 (4): 2091-2113.

GUARDIA CIVIL (2005): *Informe criminológico. Trata de seres humanos (con fines de explotación sexual)*. Madrid: Guardia Civil.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2010): *Mujeres y hombres en España 2010*. Madrid.

——— (2003): *Encuesta nacional sobre salud y hábitos sexuales*. Madrid.

JEFFREYS, Sheila (2002): *Cultura de la prostitución: legalización de la prostitución en los burdeles de Victoria, Australia*. Estocolmo: Conferencia de la CATWA.

LORENTE ACOSTA, Miguel (2009): *Los nuevos hombres nuevos: Los miedos de siempre en tiempos de igualdad*. Barcelona: Destino.

MATESANZ NOGALES, Agripino (2006): *Mitos sexuales de la masculinidad*. Biblioteca de la sexualidad. Madrid: Biblioteca Nueva.

MEGÍAS QUIRÓS, Ignacio, MÉNDEZ Gago, Susana, PALLARÉS GÓMEZ, Joan y RODRÍGUEZ SAN JULIÁN, Elena (2005): *Jóvenes y sexo. El estereotipo que obliga y el rito que identifica*. Madrid: Injuve.

MENESES FALCÓN, Carmen, y RUA VIEITES, Antonio (2011) "Comportamientos de riesgo en los varones que pagan servicios sexuales.", *Norte de Salud Mental*. 9 (39): 27-39.

MENESES FALCÓN, Carmen (2010): "Factores motivacionales en una muestra de hombres españoles que pagan por servicios sexuales.", *Revista Asociación Española Neuropsiquiatría* 30 (107): 393-407.

MIYARES, Alicia (2008): "Educación y sexualidad.", en COBO, Rosa (ed.), *Educación en la ciudadanía. Perspectivas feministas*. Madrid: Catarata.

SANCHIS, Enric, y SERRA, Inmaculada (2011): "El mercado de la prostitución femenina. Una aproximación desde el caso valenciano." *Política y Sociedad* 48 (1): 175-192.

SOLANA, Jose L. (2007) "Movimientos migratorios, trabajadoras inmigrantes y empleo en la prostitución.", *Documentación Social* 144: 37-57.

SULAIMANOVA, Saltanat (2006): "Trafficking in women for the former Soviet Union for the purposes of sexual exploitation.", en Karen BEEKS y Delila AMIR (eds.), *Trafficking and the global sex industry*. Oxford: Lexington Books.

SZASZ, Ivonne (1996): *Sexualidad masculina, el deseo escindido*. Disponible en: http://www.europrofem.org/contri/2_05_es/es-sex/24es_sex.htm [06/01 2011]

UNIÓN GENERAL DE TRABAJADORES (2006) *La prostitución, una cuestión de género*. Madrid: UGT.

VALIENTE FERNANDEZ, Celia (2004): "Policy on prostitution: A report on the women's movement and organizations for equality in Spain.", *Revista Espanola de Investigaciones Sociologicas* 105: 103-132.

VAN LIEMPT, Ilse. 2006. "Trafficking human beings: Conceptual dilemmas.", Christien VAN DEN ANKER y Joroen DOOMERNIK (eds.), *Trafficking and Women's rights*. Nueva York: Palgrave.

WEEKS, Jeffrey (1993): *El malestar de la sexualidad: Significados, mitos y sexualidades modernas*. Madrid: Talasa.

WEKKER, Gloria (2009): "Into the promised land? The feminization and ethnicization of poverty in the Netherlands." en Martha FRANKEN, Alison WOODWARD, Anna CABÓ y Barbara M. BAGILHOLE (eds.), *Teaching intersectionality. Putting gender at the centre*. Utrecht: Athena.

WOMEN'S LINK WORLDWIDE (2011): *Los derechos de las mujeres migrantes. Almería: Una historia que nadie cuenta*. Madrid: Women's Link Worldwide.