

Isabel Holgado Fernández<sup>2</sup>

*Sí, de acuerdo, se puede decir que soy... que me he convertido en un putero... el putero tiene mala fama por aquí... pero si ser putero significa que voy a un club a tener sexo cuando me apetece pues sí, lo soy. Pero eso no significa, primero, ni que sea peor persona que tú. Tampoco que no pueda tener más amigos que tú. Y tampoco significa que no sea capaz de estar con una mujer sin tener que pagarle” (Autónomo, 32 años. Soltero sin novia)<sup>3</sup>*

En las últimas dos décadas, el comercio sexual ha sufrido una rápida expansión y una diversificación de su oferta sin precedentes, de la mano de las profundas transformaciones que el mundo vive a raíz del fenómeno neoliberal y de los cambios vertiginosos que se están dando en los valores identitarios y las relaciones entre los géneros. La compra-venta de servicios sexuales, enmarcados clásicamente en la relación entre mujer prostituta y hombre cliente, tiene hoy día nuevos escenarios y nuevos agentes. La prostitución es solo uno de los múltiples modos englobados en la potente Industria del Sexo a escala global. El deseo sexual y las relaciones humanas son bienes de mercado que se popularizan en todos los rincones del planeta. Al decir de Bernstein (2001), las fronteras entre comercio sexual y la cultura del ocio son, cada vez, menos nítidas.

Es obvio que la comercialización del sexo en la globalización ha sido magistralmente asumida por el implacable Mercado, que ha encontrado en la industria del sexo transnacional su nuevo Potosí. El Mercado penetra sin pudor en la gestión de nuestra sexualidad y nuestros afectos, situación que está influyendo definitivamente en los modos de las relaciones interpersonales. Avalado por el nuevo individualismo cultural -que invita a la constante experimentación de los sentidos y sublima la satisfacción personal a toda costa- y alentado por la ética del consumismo voraz, la era de consumo que estamos presenciando mercantiliza los servicios personales de todo tipo, y es claro que los servicios sexuales son epicentro de esta nueva creación de demanda. “*Soluciones de ocio para hombres que trabajan*”, así se presenta uno de los numerosos hipermercados del sexo que florecen en los extrarradios de las grandes ciudades europeas, que han reconvertido los antiguos clubes de carretera en espacios donde el grupo hombres puede disfrutar de la compañía de mujeres y transgéneros después de jugar un partido de tenis o haber gozado de una exquisita comida afrodisíaca, sin tener que moverse del burdel (GOMEZ: 2000). Como muy bien señala Lypovetsky (2002), la sociedad posmoderna no es el más allá del consumo, sino su apoteosis (p.11). En palabras de una mujer trabajadora sexual en Europa, “*en estos momentos,*

---

<sup>1</sup> Verso tomado de un poema de Sor Juana Inés de la Cruz (1651-1695)

<sup>2</sup> Antropóloga. Miembro de LICIT (Línea de Investigación y Cooperación con Inmigrantes Trabajadoras del Sexo)

<sup>3</sup> Testimonio recogido en López Insausti y Baringo (2006: 46)

*comprar y follar son las vías de escape del individuo europeo. Por eso siempre vamos a tener trabajo”*

Así las cosas, el término cliente parece quedar “demodé” ante la proliferación y sofisticación de la nueva oferta de la Industria del Sexo, y ahora los clientes son denominados en muchas ocasiones consumidores, con un amplísimo abanico de experiencias erótico-sexuales a su alcance. En las *Clínicas de masaje* brasileñas, los hombres clientes son denominados *pacientes*. Por otra parte, y avalado por una larga tradición<sup>4</sup>, el sexo de pago como recompensa del guerrero ha sido reactualizado como estímulos laborales en muchas políticas de empresas e instituciones, que premian a sus ejecutivos con viajes de turismo sexual o dietas generosas para sesiones de placer a discreción.<sup>5</sup> Un comercial de una empresa de automóviles entrevistado nos contaba que *en mi empresa estás casi obligado a acudir a los locales de alterne. Te pagan una buena cantidad para que dispongas de ella a tu aire. El jefe de sección siempre dice: “y este dinero es para que desconectes”. A buen entendedor....* En el mismo sentido, un empresario con negocios en países del Caribe nos confirmaba cómo el sexo de pago es un aliciente casi imprescindible para formalizar el inicio de relaciones comerciales transnacionales. Una operadora de viajes consultada señaló, por su parte, que es habitual incluir servicios sexuales pagados en los viajes de personal de sus empresas clientes.

También, las mujeres en prostitución se han desplazado históricamente allí donde ha habido eventos o asentamientos con alto porcentaje de hombres: en Barcelona, las llamadas “gaviotas” eran mujeres de diferentes orígenes que, en las décadas de los 50, 60, 70, seguían a los militares norteamericanos por los diferentes puertos del mediterráneo. En la actualidad, ferias comerciales como Alimentaria y Construmat, que atraen a la ciudad a miles de hombres de negocios durante unos días, también moviliza a mujeres y transgéneros de otros lugares que buscan mayores oportunidades de ingresos.

La Industria del Sexo tiene un peso importantísimo en la economía mundial, pese a no ser reconocida en los presupuestos de ningún país. La opacidad y la ilegalidad de muchos de sus ámbitos no impide concluir a los expertos que la industria del sexo arroja beneficios planetarios por encima de los 25.000 millones de euros, cantidad que serviría, por ejemplo, para condonar la deuda de los 20 países más pobres del mundo. Más potente que las Industrias del ocio del cine o la música, para algunos países los ingresos derivados de los hombres que viajan y sexo de pago (por turismo, actividades

---

<sup>4</sup> Yamile Azize, ponente en el Congreso sobre Prostitución organizado por Raquel Osborne en junio de 2000 en Madrid, nos ofrecía como ejemplo el establecimiento de un prostíbulo en la isla caribeña de Curaçao, en las primeras décadas del siglo XX, para atender las necesidades sexuales de los hombres solteros, tales como marinos holandeses, militares de los USA y trabajadores migrantes de las multinacionales. En este lupanar, únicamente las mujeres extranjeras podían trabajar para “guardar el honor y la virtud de las mujeres locales.”

<sup>5</sup> El último “destape” de empresarios y políticos que visitan burdeles con cargo a las arcas públicas implica al ex presidente balear Jaume Matas y al séquito que lo acompañó en su viaje institucional por tierras moscovitas (El Periódico, 12 de agosto de 2004)

militares o negocios), sumado a las formidables remesas que mandan sus ciudadanos migrantes y trabajadores de esta industria, permite sustentar el PIB de sus economías (LIM, 1998: 7). En España, en torno al medio millón de personas trabajan directa e indirectamente en esta Industria.<sup>6</sup> La propia OIT (Organización Internacional del Trabajo) recomienda en sus últimos informes la visibilización de la industria del sexo como medida de presión sobre los gobiernos para que reconozcan los derechos laborales y humanos de las personas trabajadoras y no solo garanticen los astronómicos beneficios de los gestores, empresarios e instituciones gubernamentales. Esta visibilización también facilitaría, según las personas expertas, la lucha contra la explotación y las violencias amparadas por su opacidad y la falta total de protección laboral.

### ***Por el interné, por el interné, tecleando tus carnes... y no las toqué. Mártires del Compás***

El desarrollo de las tecnologías de la comunicación, especialmente la telefonía y la red, ha propiciado la popularización de modos inéditos de experiencia sexual de pago, a través de las líneas eróticas y las miles de páginas dedicadas al sexo en el espacio de Internet. La actividad más próspera del comercio electrónico en España son los “contenidos para adultos”, superando el 20% del volumen de negocio. Según recogía un estudio de la empresa Retevisión, en España unas 200.000 personas -hombres, mujeres, transgéneros- consumen mensualmente sexo cibernético, ocupando el primer puesto en el ranking europeo. La prensa diaria, por su parte, ofrece otro buen ejemplo de lo boyante del negocio: más de mil anuncios ofertando sexo de pago aparecen diariamente en los periódicos españoles.

La incorporación de mujeres y transgéneros procedentes de los países pobres y el carácter transnacional de la industria del sexo ha significado que la prostitución, especialmente la que acontece en espacio público y es protagonizada por mujeres migrantes, se haya convertido en uno de los temas más candentes en las agendas de trabajo de los gobiernos europeos y los lobbies feministas, causa de elevada “preocupación social”, cuestión que queda reflejada tanto en las políticas europeas de control migratorio como en los medios de comunicación. Los países de la Europa del “bienestar” refuerzan las restricciones legales y los métodos punitivos para evitar una supuesta “invasión” de la ciudadanía de los países pobres, especialmente aquella destinada a insertarse en la boyante industria del sexo. Mientras tanto, el sexo de pago en sus múltiples formas es, cada día más, una práctica extendida entre todos los grupos de edad masculinos<sup>7</sup> y cuenta con una mayor

---

<sup>7</sup> Aunque no es el objeto del presente artículo, el sexo de pago consumido por el grupo mujeres también tiene su espacio, básicamente, en los medios de comunicación, internet y a través del turismo sexual. Es frecuente encontrar en periódicos locales anuncios del tipo: “Rubia, casada insatisfecha, sumisa y adinerada. Sin engaños. Pago lo que me pidas. Vienes o voy...” O aquellos destinados a la búsqueda de hombres trabajadores del sexo: “Gana 800 € mínimo por contacto con mujeres. Solamente sexo”. En nuestro trabajo de campo, también constatamos la presencia muy esporádica de mujeres que demandan servicios de transexuales en las calles de Barcelona.

oferta de orígenes y géneros. Un varón de 50 años, autodefinido como adicto al sexo, nos contaba: *Buf! Ahora, es increíble. Si es que tenemos un abanico de posibilidades...! Vamos a ver, el que no tiene una amiguita fija... Ahora, las casas de lenocinio están donde tú quieras, en todos los sitios, a cualquier tipo de precio: desde 30 € hasta 500 €, 600 €, 800 €, o sea... Después, con Interné, las Webcams...! ¡Yo veo unas movidas por Interné! ¡Dios mío de mi alma! ¡Unas movidas brutales! Y sin moverte de casa.*

Con la incorporación de personas de otros países, se ha producido una ampliación de la oferta que alcanza para todo tipo de bolsillos y deseos. Laura Agustín lo analiza en su capítulo sobre trabajo sexual y migraciones femeninas (COLECTIVO IOE: 2002), detallando la proliferación de posibles maneras de ofrecer y pagar una experiencia sexual o sensual en esta “nueva era del Consumo”. La contra es que, en paralelo al aumento de las posibilidades de elección por parte de los hombres-clientes y de los espacios donde trabajar, también ha aumentado la vulnerabilidad de la mayoría de las personas trabajadoras del sexo, debido a su condición de migrantes y la inherente exclusión que ello conlleva en la Europa actual. Los empresarios y otros intermediarios que lucran en el ámbito de la prostitución tienen enormes márgenes para imponer condiciones y salir impunes ante la explotación y el abuso, amparados por la presión institucional contra las mujeres prostitutas y el déficit de derechos que padecen. Siendo el principal capital del negocio, las mujeres en prostitución ven vulnerados constantemente sus derechos más fundamentales y abocadas a una desprotección legal y social que dificulta muchísimo sus proyectos vitales<sup>8</sup>. La complejidad del fenómeno, que conecta dinámicas de distinto signo con múltiples instancias de poder y agentes sociales, plantea, como señala Agustín (2000), retos importantísimos para los derechos humanos. Y, sin duda, también para la práctica feminista.

Los medios de comunicación, por su parte, colaboran en su mayoría a fomentar el alarmismo social respecto a las nuevas dinámicas en la prostitución y colabora a distorsionar grandemente la realidad, reduciendo su des-información a la hipervisibilización de las mujeres inmigradas que trabajan en el sector del sexo, a quienes asocia casi siempre al tráfico ilegal de personas, la explotación sexual, violencias múltiples, etc, reduciendo así la enorme diversidad de situaciones al arquetipo de mujer prostituta como “mujer inmigrante, pobre, víctima absoluta e incapacitada para elaborar sus propios discursos y tomar sus propias decisiones”. La victimización demagógica y la falta de rigor y la manipulación extrema de algunos documentales proyectados en horario de máxima audiencia deberían ser de juzgado de guardia. Acerca de la prostitución y el sexo de pago, todo el mundo opina, pero son pocos los medios y pocas las personas que se atreven a acercarse al fenómeno con la voluntad de conocer y aprehender sin apriorismos su enorme complejidad y sus múltiples implicaciones.

***Nada es verdad hasta que se dice, Virginia Wolf***

Si la figura de la mujer prostituta o persona que vende servicios sexuales ha sido claramente pervertida por la mirada moralizante de los poderes comunicativos, la figura del cliente de sexo, varón que paga por el servicio sexual, ha pasado, hasta tiempos muy recientes, como de puntillas, sin causar apenas ruido. Normalizado sociológicamente, en el imaginario social persiste la idea de que existe la prostitución por el hecho de que existen las mujeres prostitutas, y hasta ahora no se había colocado al hombre-cliente, agente central del negocio del sexo, en el centro de atención y análisis.

Partiendo de que estamos pensando acerca de una actividad fuertemente estigmatizada o, lo que es lo mismo, destinataria de un fortísimo y revitalizado rechazo social, la invisibilidad histórica en los discursos y análisis del hombre que paga por los servicios sexuales redundaba en incrementar el perjuicio sobre la mujer trabajadora del sexo, al ser esta identificada como la única responsable de la existencia de la prostitución. Dolores Juliano apunta que *la invisibilidad de los clientes es la estrategia tradicional a partir de la cual se hace caer toda la estigmatización de una conducta forzosamente dual, y rechazada socialmente, sobre uno de los integrantes de la relación, la mujer. Aquí se opera una transmutación en la que lo que se comercia, la actividad sexual, es vista como vicio y degradación mientras se la relaciona con la vendedora de servicio, que queda así estigmatizada como puta, pero se transforma en una mercancía como cualquier otra cuando se la relaciona con el comprador, que es etiquetado simplemente con la denominación neutra del cliente, que se aplica indistintamente al demandante de cualquier mercancía o servicio* (JULIANO, 2002: 95). Clara Coria redonda en lo expuesto por Juliano: *no es casual que el idioma no disponga de una palabra que enuncie este aspecto de la realidad. Darle un nombre es darle existencia. Y esto no es inocuo. El lenguaje es uno de los dispositivos de poder. A través de la inexistencia de esta palabra se contribuye a falsear la realidad, haciendo caer todo el peso de una actividad denigrada -la prostitución- sobre la mujer.* (CORIA, 1987: p. 35)

En el imaginario social, también el hombre-cliente ha sido la “figura muda”, en feliz expresión de Pilar Manrique<sup>9</sup>. La incapacidad para identificar a la figura clave en la compra de servicios sexuales no se ciñe a grupos con niveles de formación escasos o con determinados perfiles ideológicos. En un cuestionario sobre sexualidad realizado recientemente en La Habana, a la pregunta de “¿Por qué los hombres compran sexo (o no)?” una profesora universitaria de 45 años, respondía sin vacilar: “*porque existen mujeres que se prostituyen*”.

***La hipocresía política y la lealtad a los intereses dominantes constituyen barreras psicológicas así como sociales para la justicia. Gayl Pheterson***

Desafortunadamente, este simplismo en el análisis goza de muy buena salud todavía en muchos foros, incluso cuando la Ciencia arroja resultados que deberían obligar a asumir políticas centradas en el carácter relacional del

---

<sup>9</sup> Pilar Manrique es una antropóloga-enfermera vasca que está realizando su trabajo doctoral acerca de las motivaciones de los hombres para comprar servicios sexuales.

fenómeno del sexo de pago. Uno de los ejemplos más flagrantes en este sentido son las políticas sanitarias dirigidas a los colectivos de personas en prostitución. Aun cuando numerosos estudios epidemiológicos y sanitarios han revelado el protagonismo de los hombres-clientes en la responsabilidad de la transmisión de las enfermedades de carácter sexual, incluido el VIH, todavía las políticas y fondos de los Estados en materia de prevención van destinadas exclusivamente a la intervención sobre las mujeres trabajadoras del sexo, colaborando en la criminalización social que identifica a las mujeres (y en los últimos tiempos, también transgéneros) como las principales y únicas responsables de la Salud Pública. Esta distorsión provoca que solamente ellas sean susceptibles de control sanitario y estatal, dando carta de legitimidad a las medidas legales draconianas y la intolerancia moral que avala la intervención sobre sus cuerpos. Mientras tanto, como señalábamos, los diferentes estudios médicos identifican al colectivo de mujeres inmigrantes trabajadoras del sexo como el grupo social que más se cuida, mientras identifica al hombre-cliente como la persona que inaugura la cadena de transmisión del VIH en mayor número de ocasiones. Un estudio reciente realizado en el Centro Nacional de Epidemiología del Instituto de Salud Carlos III de Madrid, certifica que el 98% de las mujeres inmigrantes que trabajan en el sector del sexo utilizan siempre el preservativo con los hombres-clientes, y presenta una “baja prevalencia” de infección por el VIH (Noticia de Europa Press. 29 de junio de 2004). Las entidades de atención sanitaria que trabajan en Cataluña con el colectivo de mujeres en prostitución, revelan cómo los índices de ITS no son mayores entre ellas respecto al colectivo de mujeres no prostitutas. Destacan, además, el aumento de concienciación y el rol de agentes de salud que juegan muchas veces las trabajadoras respecto a los hombres clientes y otras compañeras.

Pese a la contundencia de los datos, la ceguera voluntaria política y social mantiene en la invisibilidad la responsabilidad y el papel activo del grupo hombres en materia de prevención sanitaria dentro del sector del sexo. Y todo ello, pese a las gravísimas consecuencias que de ello se derivan. A este respecto, causa perplejidad la nota difundida por la agencia de noticias CIMAC (México) a través de Internet. En junio de 2004, la citada agencia, que trabaja la información con una perspectiva de género, se hacía eco de la siguiente noticia: *“Según estadísticas del Centro de Derechos de Mujeres (CDM), en Honduras se producen 250 decesos por cada 100 mil mujeres en edad reproductiva, a causa del VIH/Sida. La coordinadora de la unidad de análisis y comunicaciones de CDM, Regina Fonseca, indicó que un 80% de las fallecidas eran amas de casa y contrajeron el virus por la infidelidad de sus parejas.”*

Las propias trabajadoras del sexo exponen en sus discursos la frecuente irresponsabilidad masculina al solicitar prácticas sexuales sin preservativo: Carla Corso (2002) lo explica en su extraordinario testimonio recogido por Sandra Landi : *El problema no son las prostitutas, son los clientes, que ofrecen un montón de dinero para poder tenerte así, ¡como si ellos no corriesen ningún riesgo!* (p. 198). *De todas maneras, el problema del sida ha provocado toda una serie de polémicas... Por ejemplo, los grupos de riesgo - mira por dónde- son, de nuevo, los feos, sucios y malos (homosexuales, drogadictos y putas)... Pero nadie piensa nunca en controlar a los clientes. Si*

*en una relación sexual hay dos, ¿por qué delega tan solo en la prostitución esta grave responsabilidad de la sanidad pública? (p. 200).*

En nuestro trabajo de campo, este es uno de los temas reiterativos en las conversaciones con las mujeres:

*Algunos, como la mujer en casa siempre se lo obliga a poner, vienen aquí para hacerlo “por la libre”, serán estúpidos... (mujer dominicana que trabaja en un club)*

*Nosotras trabajamos siempre con preservativo, aunque muchos clientes quieren sin condón. (María, colombiana que trabaja en medio abierto)*

En algunos casos, las reglas innegociables de los clubes y pisos imponen practicar sexo sin preservativo si quieres seguir manteniendo la plaza. Lo hemos comprobado en algunos pisos de Barcelona y también clubes de Cataluña, donde sin reparos se exponen dobles tarifas: “con” o “sin”. Por su parte, Lucía, rumana que trabajó anteriormente en Italia, nos cuenta: *“En Italia trabajaba en un club, pero el dueño me obligaba a hacerlo sin goma cuando lo pedía el cliente. Aquí también hay, (quien pide sexo sin condón) pero ahora trabajo en la calle y puedo decidir yo. No, yo nunca voy con ellos. ¿Estás loca? No me importa el dinero. Me importa mi salud. El dinero va y viene. Pero la vida no, la vida se va y no vuelve”.*

En la actual coyuntura del comercio sexual, el verdadero grupo de riesgo es el colectivo de mujeres y transgéneros que se dedican al trabajo sexual en situación de desamparo legal y/o explotación laboral y/o económica por parte de empresarios u otros agentes que lucran amparados por la desprotección legitimada por el Estado. En cualquier ámbito, cuanto mayor sea tu nivel de desprotección y falta de garantías, menor es tu capacidad de negociación. Determinado perfil de hombres, conocedores de su impunidad, y ayudados por la mayor oferta y la precarización del trabajo en algunos ámbitos de la industria del sexo, exigen prácticas de riesgo a cambio de más dinero (o no). Este hecho ha sido ampliamente constatado por diferentes entidades que trabajan cotidianamente en contacto directo con los distintos colectivos de trabajadoras del sexo

## **Los estudios académicos y de masculinidad**

Desde la Academia, hasta tiempos muy recientes, los numerosos estudios sobre la prostitución se han centrado básicamente en identificar las causas de las mujeres para “ingresar” en la prostitución, creando un perfil de mujer que se prostituye partiendo casi siempre de identidades deficitarias y dañadas por una biografía plagada de violencias, obviando la dinámica relacional entre los diferentes grupos sociales y el poder, y, sobre todo, la complejísima heterogeneidad de situaciones y vivencias entre las mujeres que trabajan en el sector del sexo. Este sesgo psicologista y moralizante ha provocado al arraigo de un sinfín de tópicos que han colaborado a naturalizar la discriminación secular de este colectivo. Asociadas tradicionalmente a la marginalidad, la delincuencia, el mundo de las drogas, la mala maternidad,

las enfermedades de transmisión sexual, la depravación moral, siempre víctimas de sí mismas, la bibliografía producida desde la Academia ha legitimado tradicionalmente la intervención estatal sobre los cuerpos y las vidas de las mujeres trabajadoras del sexo. *¿Por qué se pregunta Pheterson- la variable género raras veces aparece en la investigación sobre prostitución? Una respuesta es que “cliente sexual” no es un status social, sino más bien actividad de personas dominantes (varones) que se hallan más o menos libres del control médico, legal y social”.* (Pheterson, 2000:47)

En consonancia con el modelo de mujer prostituta legitimado, siempre víctima de sí misma o de segundas personas, no sorprende que, respecto a los hombres, solamente los supuestos chulos o proxenetas que violentan a las mujeres hayan despertado el interés “científico” hasta épocas muy recientes. Así, la única figura masculina digna de atención científica ha sido el llamado proxeneta o chulo, supuesto inductor y explotador de las mujeres que se dedican al trabajo sexual.<sup>10</sup> Los hombres del mundo empresarial y político que ganan enormes cantidades de dinero con el comercio sexual, junto a los hombres clientes, se han mantenido excluidos de los análisis o mencionados de forma muy periférica. Hasta bien entrados los años noventa, nunca los estudios se han centrado en sus motivaciones y mucho menos situando a los hombres-clientes como sujetos de discurso. Pheterson señala acertadamente que *las atribuciones sociales de inobleza masculina se adjudican de manera predominante no al cliente, sino al chulo. En la jerga popular se supone que un chulo es un hombre que explota a las mujeres -en particular a las más jóvenes, engalanándolas, creándoles una adicción a las drogas, maltratándolas, violándolas y finalmente abandonándolas. Se le considera la “parte culpable” cuyas artes malvadas son responsables de convertir en víctimas a las jóvenes inocentes ( a menudo se sobreentiende blancas). Como seductor y corruptor de muchachas, es el prototipo del villano. A menudo se le retrata como negro, avaro, manipulador, agresivo y perezoso. Raras veces imaginamos un entorno de prostitución sin él.* (Pheterson, 2000: 63). Es a finales del siglo XX cuando se plantea la necesidad de analizar la posición y los discursos de los hombres-clientes en las dinámicas actuales de la Industria del Sexo. (MATTILA,2003; LEONI, 1999; CASTELLI, 2002). Estos y [otr@s autor@s](#) plantean que el fenómeno del trabajo sexual no puede seguir siendo abordado ninguneando los deseos y los valores asumidos por el grupo hombres sobre la identidad femenina, a través de la figura del cliente que paga por sexo. Algunas instituciones europeas empiezan a financiar estudios multidisciplinares que sitúan al hombre-cliente en el centro del análisis, con una perspectiva transnacional. Es el caso, por ejemplo, de un estudio coordinado por O’Connell Davidson y Anderson, dos profesoras de la Universidad de Nottingham, centrado en el perfil y las motivaciones de los hombres de diferentes áreas del mundo para demandar servicios domésticos y sexuales de la población femenina migrante.<sup>11</sup> En España, Barahona y García Vicente publicaron, en 2003, el primer estudio centrado en la clientela de las

---

<sup>10</sup> Algunos estudios muestran cómo en algunos países, caso de Ucrania, más de la mitad de las personas proxenetas son mujeres (LIM, 1998). Nuestra experiencia asociativa confirma la presencia nada anecdótica de mujeres que explotan económicamente a otras mujeres.

<sup>11</sup> ANDERSON, b, O’CONNELL DAVIDSON, J. *Demand for “Trafficked” persons labour/services? A multi country pilot study.* Fotocopia Estudio preliminar

zonas de prostitución en calles de Madrid; también ese año José Luís Solana reflexionaba e torno a los hombres clientes en su estudio sobre prostitución y migración. En 2006 apareció el libro *Nadie va de putas. El hombre y la prostitución femenina*, de Rafael López Insausti y David Baringo, quienes hacen un exhaustivo recorrido por la oferta y demanda de comercio sexual en Zaragoza.

Por su parte, en los nuevos estudios sobre masculinidad, los “men’s studies”, se mantiene la lógica de la invisibilización y no se ha acometido, hasta el momento, un análisis de las relaciones de poder a través de la sexualidad situado en la díada mujer-cliente. El clientelismo sexual se mantiene como fenómeno inexplorado y subestimado, siendo el tema “que no es tema”. En ninguno de los Congresos y Jornadas sobre masculinidad realizados en el Estado Español en los últimos años se ha nombrado o reflexionado acerca de la política heterosexual en relación a la compra de sexo, lo que significa que el hombre como pagador de servicios sexuales permanece en el anonimato. Lo que sí se han producido son declaraciones y posicionamientos a favor del abolicionismo de la prostitución por parte de algunos hombres destacados en el movimiento de nuevas masculinidades. Los estudios sobre la condición masculina están centrados, por el momento, en dos ejes principales: por un lado, los daños que el sexismo ha provocado en la construcción de la subjetividad masculina (hombres en peligro por las presiones de “ser hombre”: drogas, accidentes de tráfico, alcohol, enfermedades coronarias, represión de la emocionalidad...) y, en segundo lugar, los hombre como peligro, focalizado en la violencia contra las mujeres en el ámbito familiar<sup>12</sup>. Así las cosas, persiste la resistencia a abordar el tema clave de la construcción de las relaciones de poder entre géneros a partir del orden sexo-social<sup>13</sup>, así como la escasa reflexión acerca de estrategias políticas comunes con las mujeres para la transformación de la real desigualdad. Excepción a lo dicho supone, por ejemplo, el trabajo político de CONNELL (1993), quien destaca la sexualidad como una dimensión esencial del estudio de las masculinidades y la construcción de las relaciones de género. Señala este autor el carácter político de lo masculino, por el uso de poder para lograr intereses particulares, infiriendo la urgencia de asumir la responsabilidad política por parte del grupo hombres.

### **Las políticas públicas. Visibilizando el clientelismo sexual**

El feminismo radical, por su parte, ha considerado históricamente a todas las mujeres prostitutas -y con más fuerza en los últimos tiempos-, mujeres desgraciadas, incompletas o anómalas, mujeres culpables de ser víctimas a quienes hay que salvar y ubicar dentro de los roles “legítimos” para

---

<sup>12</sup> Ver, entre otros, MINELLO (2002). Mucha información sobre un estado de la cuestión en nuestro país en el sitio [www.hombresporlaigualdad.com](http://www.hombresporlaigualdad.com)

<sup>13</sup> Esto ha provocado el recelo de algunas estudiosas y mujeres feministas respecto a las verdaderas motivaciones que respaldan el auge de los estudios sobre la masculinidad. Ver, por ejemplo, HERRERO GRANADO, M<sup>a</sup> Dolores. “Como agua para aceite: los hombres y la causa feminista” En *Lectorum*. Universidad de Zaragoza, pp. 37-48)

las mujeres, aun en contra de su voluntad y aunque esto precarice las condiciones de vida y trabajo y atente contra sus derechos más fundamentales. De hecho, ese tipo de feminismo, denominado por Badinter como “radical-victimista” (2004, 30) considera a las mujeres que laboran en el sector del sexo -incluidas las actrices de pornografía- como el grupo de mujeres más explotado del mundo, concediendo a la prostitución el rango de máxima expresión de la subordinación de las mujeres. Para este colectivo de mujeres, el comercio sexual siempre es producto de violencia o coacción y nunca consecuencia de una elección soberana frente a sus opciones por parte de determinados grupos de mujeres. Prejuicios y miedos de gran magnitud han llevado a este feminismo con poder, en ciertas coyunturas, a establecer alianzas con las políticas más ultraconservadoras y apoyar políticas de intervención sobre el colectivo de trabajadoras de la industria sexual (EEUU, años noventa), claramente contrarias a los verdaderos intereses de esas mujeres.

En la actualidad, el feminismo con poder sostiene y defiende políticas respecto a las mujeres en prostitución que, no solamente se han mostrado ineficaces para solucionar las demandas del colectivo (caso de la campaña contra la Esclavitud Sexual impulsada por Ana Botella en la Comunidad de Madrid o las campañas anti-trafico de la Unión Europea), sino que han evidenciado que agudizan la situación de desprotección y vulnerabilidad de las mujeres, especialmente de las migrantes. La nueva línea de acción política tampoco es reforzar la posición de fuerza de las mujeres en el sexo de pago, sino perseguir, o al menos disuadir, a los hombres potenciales clientes de prostitución, especialmente aquellos que se visibilizan solicitando los servicios en las calles o carreteras. ¡A por ellos!, parece ser la consigna.

Si hasta ahora la realidad de los clientes se invisibilizaba o bien su existencia se justificaba por patologías en sus pautas de conducta o defectos psicológicos, en estos momentos, para el feminismo con poder todos los hombres son sospechosos y merecedores del control y la condena porque “*su violencia se ejerce en todas partes*” (Badinter: 46). Según los postulados radicales, la sexualidad masculina es desenfrenada, violenta y conquistadora, en contraposición de la femenina que es tierna, delicada y fiel. Para el abolicionismo, si todas las mujeres en prostitución son consideradas siempre víctimas (de un proxeneta o red delictiva, de hombres o de la compulsión de miseria), los hombres que compran sexo son siempre culpables, que buscan saciar su dominio sobre las mujeres a través de “la compra del cuerpo de una mujer”. Las medidas políticas a tomar, entonces, se centran en crear leyes y normativas que permitan la sanción y persecución del “hombre prostituidor”, además de la lucha contra las redes de proxenetas. En Suecia, que ha adoptado el abolicionismo como política de Estado, desde 1999 existe una legislación pionera que castiga la compra o el intento de pactar servicios sexuales remunerados, englobando dicha iniciativa dentro de un paquete legislativo denominado “libertad de la mujer”. Los hombres clientes son multados y expuestos a penas de hasta seis meses de prisión.

En el Estado español, el feminismo institucional se ha posicionado a favor de esta política dirigida contra los hombres clientes, pero la

penalización del colectivo hombres se realiza, por el momento, desde los poderes municipales. Los ayuntamientos italianos fueron los primeros en penalizar al hombre cliente de comercio sexual en la vía pública. El poder vaticano dictaminó hace tres años que la compra de sexo era un crimen contra las mujeres. El primer municipio fue Rimini y el último consistorio en sumarse ha sido Padua, donde se han previsto medidas contra los clientes por “obstaculizar el tránsito” mientras contactan con las mujeres prostitutas a pie de carretera. Las trabajadoras del sexo han reaccionado con una audaz iniciativa: han creado el “bollino dell’amore”, cupón que da derecho a un servicio sexual gratuito para los clientes multados. Los ayuntamientos españoles también han incorporado el objetivo de tolerancia cero con el comercio sexual en espacio público. En Madrid se impulsó hace dos años la campaña “Porque tú pagas existe prostitución”, junto a medidas disuasorias y sancionadoras (restricciones de tráfico y controles extraordinarios de alcoholemia) para los hombres que acuden a los espacios abiertos de prostitución. Valencia, Palma de Mallorca, Reus, y Barcelona, cuya Ordenanza del Civismo, aprobado en enero de 2006, establece multas contra la oferta y la demanda de servicios sexuales, son los últimos ejemplos de este “furor” sancionador contra los usuarios de sexo de pago en espacio público, que comienza a tener dimensión planetaria (entidades de diferentes países y continentes- Sweat en Sudáfrica, Miluska en Perú- denuncian la situación de acoso contra sus clientes en los foros de internet).

***“Necesito dinero para la cerveza, drogas y putas”. “¡Ey! Como mínimo yo no engaño”.***<sup>14</sup>

Algo muy importante debe estar en juego cuando se refuerza la estigmatización, la miopía voluntaria, la censura abierta, la violencia institucional, y la estrategia del avestruz parece predominar en la mayoría de las aproximaciones al fenómeno del sexo de pago. Pheterson formula la pregunta adecuada: “¿Por qué existe tal defensa psíquica, tal conflicto, tal ansiedad, ignorancia y tal “cúmulo de mala información” asociados a la prostitución?” (Pheterson, 2000: 29) El cinismo de “los agentes del orden”<sup>15</sup> y la doble moral sexual, que sigue vigente pese a tanto discurso postmoderno, se refuerzan con el empecinamiento en mantener invisibles otros agentes centrales del comercio sexual, así como con el dogmatismo de los discursos que distorsionan las realidades y motivaciones de las mujeres, hombres y transgéneros que optan por trabajar en la industria del sexo.

Desde las ciencias sociales y los análisis públicos, se impone reubicar nuestra realidad local en lo global, ejercitarnos en la pedagogía del desprejuicio, para poder analizar más certeramente el juego de intereses y la red de relaciones tejida entre los diferentes sujetos, grupos sociales y otros

---

<sup>14</sup> Cartel de hombre indigente en Times Square, New York. Recogido por Quim Monzó, La Vanguardia, 7 de septiembre de 2001

<sup>15</sup> En el grupo de discusión creado en Internet por Laura Agustín, “Laindustriadelsexo”, una activista italiana compartía la información acerca de la detención del líder del Comité contra la prostitución de Génova, quien fue “cazado” durante una redada con dos chicas nigerianas.

agentes que participan, por activa o por pasiva, en el carro de la compra de servicios sexuales. Revisar las múltiples cuestiones que giran en torno a la sexualidad normalizada, para tratar de aprehender otra buena cantidad de asuntos centrales y subyacentes a las relaciones del sexo de pago, como son la renuencia a visibilizar el rol que jugamos las llamadas “mujeres decentes” y el fuerte rechazo que muchas de estas mujeres muestran hacia las otras mujeres; la patética educación sexual que compartimos hombres y mujeres y los dobles discursos respecto a la sexualidad; la convulsión que los avances del grupo mujeres ha producido en las relaciones entre sexos; la dictadura de la heterosexualidad obligatoria, la institución del matrimonio, los deseos innombrados, la plasticidad del deseo sexual, así como las relaciones de poder que articulan nuestras intimidades<sup>16</sup>. La otra cuestión clave es convertir en sujetos de discurso, no solo a las personas que trabajan en el comercio sexual, sino también a los hombres consumidores de sexo de pago, la inmensa mayoría de los cuales son hombres “normales y corrientes”, personas de todo tipo de edad, nivel económico, estado civil, profesión, etnia, confesión religiosa, etc... en contra de los discursos que buscan convertirlos a todos en seres anómalos y/o asociales. Por razones obvias, existen muchas resistencias por su parte para ser visibilizados y nombrados, especialmente a raíz de la corriente criminalizadora actual. Aunque en determinados ambientes masculinos reconocerse como “putero” es símbolo de virilidad exitosa, por lo general, no es políticamente correcto en la mayoría de círculos sociales identificarse como usuario habitual o esporádico de prostitución, por lo que son muy pocos los que tienen auto-imagen como clientes, y prefieren siempre ser identificados como hombres. Carla Corso lo confirma en su estupendo libro sobre clientelismo social *Quanto voui?*, en el que solo pudo incluir cuatro conversaciones voluntarias con hombres-clientes sexuales, pese a conocer a cientos de ellos debido a su larga experiencia como trabajadora del sexo.

A poco que una conozca algo las dinámicas y espacios de prostitución, sabe que la realidad poco tiene que ver con estos discursos uniformadores y excluyentes. Claro está que la prostitución es una institución patriarcal: como lo es el ejército, la educación, el matrimonio, o la familia. No hay institución en nuestras sociedades que no sea patriarcal. Pero eso no significa que ni todos los hombres son violentos ni todas las mujeres son débiles y necesitan protección, y la inmensa mayoría de hombres que compran servicios sexuales respetan el pacto con la persona que los oferta. A ningún hombre le hace falta pagar para violentar o imponer su voluntad a una mujer: la incidencia de la violencia contra las mujeres en el espacio familiar, a manos del esposo, ex-esposo, padre, familia entera, etc..., segunda causa de muerte para las mujeres en todo el mundo, según Amnistía Internacional, es una realidad incontestable que debería, al menos, hacernos dudar de estas valoraciones maniqueas y criminalizadoras.

Que nos queda, a todas y a todos, muchísimo camino por recorrer respecto a nuestra educación sexual, de eso no hay duda; pero no es a golpe de decreto ni con actitudes agresivas como se recrean los modos de relación entre sexos. Desde una ética democrática, en sociedades presuntamente

---

<sup>16</sup> ¿Es anecdótico o casual, por ejemplo, que los países donde mayor demanda de sexo de pago se constata son los mismos donde el avance político y social de las mujeres es más notorio?

laicas y donde la libertad sexual es un bien jurídico a proteger, no podemos instrumentalizar esta libertad sexual para justificar medidas de coacción sobre la libertad sexual de colectivos sociales que se distancian de la sexualidad considerada “correcta”.

## BIBLIOGRAFÍA

- AGUSTÍN, Laura. 2000 Trabajar en la Industria del Sexo. OFRIM, Suplemento. Madrid
- BADINTER, Elisabeth, 2004. Por mal camino. Alianza Editorial. Madrid
- BERSTEIN, E., 2001: “The meaning of the purchase: Desire, demand and the commerce of sex”, *Ethnography*, Vol. 2., nº 3, pp. 389-420
- CASTELLI, Vincenzo (2002) *Os presentes sempre ausentes: cliente e proxeneta*. En. Actas de las Jornadas “Muller, arte e compromiso” pp. 47-56. Servicio Galego de Igualdade. Xunta de Galicia. A Coruña
- COLECTIVO IOE (2001) *Mujer, inmigración y trabajo*. Ed. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. IMSERSO. Madrid
- COLOMER, Alvaro (2001) *Se alquila una mujer*. Ed. Martínez Roca, Barcelona
- CONNELL, R. W. (1995) *Masculinities*. Ed. Allen & Unwin. Sidney
- CORSO, Carla (1996) *Quanto Vuoi?*
- CORSO, Carla; LANDI, Sandra (2002). *Retrato de intensos colores*. Ed Talasa. Madrid
- DPTO DE TRABAJO SOCIAL y Servicios sociales (2003) *Una aproximación al perfil de prostitución femenina en la Comunidad de Madrid*. Universidad Complutense de Madrid-Dirección General de la Mujer. Madrid
- GIDDENS, Anthony, 2000 (1992). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Ed. Cátedra. Madrid
- GÓMEZ, Luís. “Hipermercados del Sexo”. *El País*. 25 de junio de 2000
- IZQUIERDO, María Jesús. (2001). *Razón y sentimiento en las relaciones de pareja. ¿Del contrato al diálogo?* En: Actas del Congreso “Los hombres ante el nuevo cambio social” Donosti
- JULIANO, Dolores (2002). *La prostitución: el espejo oscuro*. Ed. Icaria, Barcelona
- JULIANO, Dolores (2004) *Excluidas y marginales*. Ed. Cátedra. Valencia
- LEONI, Luisa. (1999) *Sesso in acquisto. Una ricerca sui clienti della prostituzione*. Ed. Unicopli. Milano
- LIGUORI, A.L. y AGGLETON, P. (1998) *Aspectos del comercio sexual masculino en la ciudad de México*. En: Público/Privado. Sexualidad. Debate Feminista, pp. 152-185, año 9 Vol. 18
- LIM, LIN LEAN (ed) (1998) *The Sex Sector. The Economic and Social Bases of Prostitution in Southeast Asia*. International Labour Office. Geneva
- LOPEZ INSAUSTI, R. y BARINGO, D. (2006) *Nadie va de putas. El hombre y la prostitución femenina*. Ed...
- LYPOVETSKY. J. (2002) *La era del vacío*. Ed Anagrama. Barcelona
- MATTILA, A. M. (2003) *Consuming Sex. Finnish Male Clients and Russian and Baltic Prostitution* En: “Gender and Power in the New Europe”. 5<sup>th</sup> European Feminist Research Conference, Lund University, Suecia

MINELLO MARTINI, Nelson (2002) *Masculinidad/es: un concepto en construcción*. En: "Construcción de la masculinidad". Rev Nueva Antropología: pp. 11-30 Ed. Asociación Nueva Antropología, México D.F.

PHETERSON, Gail, 2000 (1996). *El prisma de la prostitución*. Ed. Talasa. Madrid