

El continuum de la masculinidad prostituyente: autorrepresentaciones de los “clientes” de prostitución femenina

Masculinity and prostitution continuum: self-representations of female prostitution “clients”

BEATRIZ RANEA-TRIVIÑO*

Universidad Complutense de Madrid

ORCID: 0000-0002-4595-4436

Recibido: 15/9/2020

Aceptado: 13/12/2021

doi: <https://doi.org/10.20318/femeris.2022.6622>

Resumen. En este artículo se pone el foco en el acercamiento a la demanda masculina de prostitución femenina en el contexto español y se analiza cómo la periodicidad de consumo de prostitución influye en la percepción e identificación subjetiva de los hombres respecto a la misma. Se podría diferenciar entre la tipología de demandantes eventuales que no se identifican con el consumo de prostitución, y por tanto, en su autorrepresentación se produce una desidentificación respecto a esta práctica. Y, por otro lado, los demandantes habituales que perciben la prostitución como una parte de su identidad y como un elemento relativamente cotidiano.

Palabras clave: prostitución, masculinidad, género, poder.

Abstract. This article focuses on the approach to the male demand for female prostitution in the Spanish context and it analyzes how the periodicity of prostitution consumption influences the perception and subjective identification of men with respect to prostitution. A difference has been established between the typology of eventual clients who do not identify with the consumption of prostitution, and therefore, in their self-representation there is a disidentification with respect to this practice. And, on the other hand, regular customers who perceive prostitution as a part of their identity and as a relatively everyday element.

Keywords: prostitution, masculinity, gender, power.

1. Introducción

En este artículo se pone el foco en la demanda de prostitución para contribuir a la subversión del marco de referencia en el estudio sobre prostitución. Tanto a nivel social como en los estudios al respecto, se ha tendido a identificar la prostitución únicamente con la mujer prostituida produciéndose una sinécdoque entre prostitución y prostituta. Se representa a la prostituta –y el estereotipo construido culturalmente en torno a ella–

*b.ranea@ucm.es

como encarnación de la institución de la prostitución, invisibilizando al resto de agentes que intervienen. Es decir, la prostitución es un fenómeno en el que al menos intervienen dos actores: la prostituta y el demandante, pero este último es invisibilizado sistemáticamente (Volnovich, 2006; Salazar, 2017).

De esta forma el marco interpretativo desde el que se mira y se analiza la prostitución ha tenido como objeto de estudio principal a las mujeres. Así, si el sujeto de la prostitución han sido las mujeres vinculadas a su ejercicio, el marco para estudiar la prostitución ha tendido a centrarse únicamente en ellas. Por ello, en este artículo se propone cambiar el marco de referencia en el acercamiento al estudio de la prostitución, siguiendo la propuesta de George Lakoff en torno a la importancia de cambiar los marcos, en este caso, para generar conocimiento comprometido con el cambio social:

“Los marcos son estructuras mentales que conforman nuestro modo de ver el mundo. Como consecuencia de ello, conforman las metas que nos proponemos, los planes que hacemos, nuestra manera de actuar y aquello que cuenta como el resultado bueno o malo de nuestras acciones. En política nuestros marcos conforman nuestras políticas sociales y las instituciones que creamos para llevar a cabo dichas políticas. Cambiar nuestros marcos es cambiar todo eso. El cambio de marco es cambio social” (Lakoff, 2007: 17)

En este sentido, Martín Criado (1991: 207) señala que “las luchas simbólicas son siempre luchas por imponer marcos de interpretación”, es decir, se establecen disputas en distintos ámbitos –como el académico– por atribuir determinados significados a los acontecimientos y hechos sociales.

El marco de referencia que identifica prostitución con la prostituta ha tendido a reproducirse en el acercamiento desde las Ciencias Sociales al estudio de la prostitución ya que, desde que comenzara a estudiarse, se ha puesto el foco permanentemente en las mujeres (Birch, 2015). Así, se ha estudiado como si la prostituta fuese el único agente que interviene, o como si la prostitución no fuese una institución relacional, ya que la prostituta no existe en sí misma sino es en relación con aquel que la demanda. En este sentido Susana Rostagnol (2011) señala que la invisibilidad de la demanda ha generado una visión de la prostitución que aparece como si la prostituta fuese la protagonista, cuando ésta existe en función de la demanda y de las expectativas que los consumidores generan en torno a ella.

Los análisis científicos no escapan al contexto social de la época en la que se produce el conocimiento y reproducen imaginarios y marcos de referencia. Se ha de subrayar que el pensamiento androcéntrico evita aludir a la responsabilidad de los hombres porque la masculinidad no es pensada como problemática o como una situación privilegiada. Como sostiene Michael Kimmel (2018) la invisibilidad es una cuestión política, porque aquello que constituye la norma y los privilegios que acompañan se invisibilizan. Por esto, los hombres tradicionalmente no han sido estudiados como sujetos genéricos, sino que se ha señalado lo abyecto, todo aquello que no constituye lo normativo: las mujeres, las personas pobres, las racializadas, las homosexuales... Son las *otras* a las que se analiza, se etiqueta, se estigmatiza y a quienes se les exige transformación (Wekker, 2009). En este

sentido, el conocimiento científico también ha hecho recaer, en gran medida, el peso de la prostitución sobre las mujeres prostituidas.

Por ello, con la intención de contribuir a subvertir el marco del análisis de la prostitución, también se pretende descargar el peso de la prostitución que ha recaído tradicionalmente sobre las mujeres y desplazar el análisis de la fabricación de subjetividades femeninas en torno a la prostitución para examinar la relación entre prostitución y masculinidad, como señala Gimeno (2018):

“[e]ntender la prostitución como elemento importante en la configuración de la identidad masculina, significa, además, darle la vuelta a la explicación tradicional que siempre ha considerado que era la subjetividad femenina la que se construía alrededor de la prostitución: ser o no ser puta” (Gimeno, 2018: 22)

Martin Monto (2004) –uno de los expertos en el estudio de los hombres que acuden a la prostitución femenina en Estados Unidos– tras realizar una revisión de las investigaciones elaboradas en esta materia, expone que hay un número significativo de estudios empíricos centrados en las mujeres en prostitución; pero no ocurre lo mismo con la demanda. En esta misma línea, otros autores destacan el abrumador desequilibrio entre las investigaciones realizadas que se centran en las mujeres prostituidas y las que se centran en los hombres demandantes (Weitzer, 2005).

Gail Pheterson (2000) hace referencia a la construcción de la categoría *prostituta* en la investigación científica. No obstante, no existe la categoría *putero*, *prostituidor* o *prostituyente* como tal, con la excepción de algunos estudios que se mencionarán en los siguientes párrafos en los que los hombres que consumen prostitución aparecen denominados de estas maneras. El lenguaje en castellano nos ofrece un amplio repertorio de palabras para hacer alusión a las mujeres en prostitución, sin embargo, para designar al demandante, *putero* es el único término con sentido específico, aunque habitualmente suelen ser denominados como *clientes* (Ranea, 2017).

De esta manera, el objetivo habitual de estudio han sido las mujeres prostituidas, sin etiquetar ni centrar demasiada atención en los demandantes. Es decir, se crea y recrea un marco de referencia que invisibiliza de forma sistemática a los hombres que pagan por prostitución. Así, la demanda tiende a desaparecer del análisis o cuando es nombrada aparece como *genderless*, sin género (Niemi, 2010), esto es, se obvia hacer referencia al hecho de que la inmensa mayoría de los demandantes de prostitución son hombres y no se conecta dicho análisis con el enfoque de género que dé cuenta de éste como una categoría jerárquica imbricada en relaciones de poder.

Anne-Marie Marttila (2003) afirma que las prácticas de los hombres que consumen prostitución han sido ignoradas durante mucho tiempo en las discusiones académicas y, por tanto, les denomina *hombres invisibles*. La autora cuestiona este ocultamiento, consciente o inconsciente, destacando el contexto actual de expansión de la prostitución convertida en *industria del sexo*; y argumenta que no se debería contribuir a seguir reproduciendo este marco que invisibiliza a quienes, después de todo, financian y sostienen el

negocio de la trata de mujeres y niñas con fines de explotación sexual. En otro texto posterior esta misma investigadora, Marttila (2008), señala que la invisibilidad de la demanda de prostitución es un reflejo de la posición de poder de los hombres dentro de la sociedad. Coincidiendo con ella, Angie Hart (1995) destaca que históricamente los hombres que pagan por prostitución han disfrutado de cierto estatus privilegiado porque mientras las mujeres prostituidas han sido señaladas e investigadas desde distintos ámbitos, los clientes y su responsabilidad ha sido ignorada constantemente.

En cuanto a las investigaciones sobre los hombres que pagan por prostitución femenina que se han realizado hasta la fecha, es pertinente hacer referencia a la distinción que establecen los investigadores Martin Monto y Joseph McRee (2005) entre lo que denominan las dos corrientes principales del estudio de los demandantes de prostitución: por un lado, la *everyman perspective* que se podría traducir como *cualquier hombre* frente a la *peculiar man perspective* que sería *hombre peculiar*. Así, por un lado, describen una corriente que entiende que los demandantes de prostitución no son diferentes al resto de hombres y, por tanto, hay que partir del análisis de la masculinidad para comprender el consumo de prostitución. Mientras que la otra perspectiva argumenta que son *hombres peculiares* con características específicas y singulares ya sea de carácter psicológico, inadaptación social o desde el enfoque centrado en la desviación social. Por tanto, en el lado de la perspectiva de los *hombres peculiares* se encuentran estudios, fundamentalmente, con enfoques más psicológicos o que estudian a los demandantes desde la sociología de la desviación. A este respecto, se ha de destacar que un gran número de los estudios sociológicos consultados ubican el consumo de prostitución dentro de la normatividad masculina y, por tanto, se inscriben en la *everyman perspective*. Es decir, lejos de encontrar perfiles singulares de hombres prostituidores, lo que se destaca en las investigaciones de referencia es la relación entre la desigualdad estructural de género y el consumo de prostitución. Además, hay que hacer hincapié en que no han sido tanto los hombres que demandan prostitución sino las mujeres prostituidas quienes tradicionalmente han sido sancionadas, estigmatizadas y tratadas como mujeres *desviadas* (Birch, 2015).

La perspectiva *cualquier hombre* inscribe el análisis del consumo de prostitución dentro del estudio de la masculinidad y sitúa a los hombres demandantes de prostitución en el mismo lugar que cualquier otro hombre de la comunidad que no haya cuestionado el uso de la prostitución. Por tanto, desde este enfoque el pago por prostitución se entiende como una práctica social masculina. En esta perspectiva se encuentran diversos estudios consultados que destacan la inexistencia de un perfil sociodemográfico del demandante de prostitución (Barahona y Vicente, 2003; CIMTM, 2003; Marttila, 2003; Monto et al., 2005; Weitzer, 2005; Coy et al., 2007; Farley et al., 2008; Chejter, 2011; Rostagnol, 2011; Gómez et al., 2015). Si se toma como punto de partida esta distinción que establecen Monto y McRee (2005), este artículo se inscribe también en la perspectiva *cualquier hombre* porque la investigación se centra en indagar sobre la relación entre la construcción de la masculinidad y el consumo de prostitución femenina. Todo ello, sin conceptualizar al demandante desde la desviación, la psicologización o la patologización sino imbricando el análisis dentro del estudio de la construcción social de la masculinidad.

Por todo lo expuesto, los estudios sobre la demanda son un área relativamente nueva (Birch, 2015) y el número de estudios empíricos es minoritario dentro de las investigaciones sobre prostitución, ya que se estima que tan sólo el uno por ciento de los estudios realizados en torno a este fenómeno tienen como objeto principal de estudio al *cliente* (Meneses y Rúa, 2011). Tan solo desde hace relativamente pocos años ha comenzado a crecer el interés dentro de la Academia por investigar las conductas, percepciones y/o perfiles de los hombres que pagan por prostitución. En este sentido las autoras del estudio *El putero español* señalan que los estudios sobre la demanda son “numéricamente escasos, muy limitados metodológicamente por la naturaleza del objeto de estudio y coinciden bastante en las tipologías de clientes” (Gómez *et. al.*, 2015:19).

En esta artículo se presenta un acercamiento a la demanda de prostitución a través del análisis de las autorrepresentaciones desarrolladas por los demandantes mismos.

2. Metodología

La parte empírica que se presenta en este artículo son los resultados de una investigación cualitativa en la que se llevaron a cabo 15 entrevistas¹ en profundidad a hombres consumidores de prostitución con diferentes perfiles sociodemográficos y de diferentes regiones del Estado español.

Los demandantes de prostitución forman parte de una *población oculta* caracterizada por una fuerte preocupación por el anonimato. Además, a este hecho hay que sumarse que esta investigación ha sido realizada por una mujer y el género de la entrevistadora pudo suponer una barrera para acercarse al estudio de estas prácticas masculinas que tienden a ser compartidas únicamente entre varones que se mueven entre la homosociabilidad y el secretismo (Ranea, 2021). Por este motivo, la presentación de la investigadora como mujer supuso inicialmente una barrera de acceso a los potenciales participantes.

En cuanto a los criterios de selección de los entrevistados se han seguido las recomendaciones de Miguel S. Valles (2014: 75) en torno a los “*criterios maestros* de muestreo cualitativo” que este autor explica. Debido a las dificultades de contacto y colaboración de los sujetos de estudio, se ha decidido seguir los *criterios muestrales de naturaleza práctica* y para ello se han secundado las cuatro preguntas básicas para seleccionar a los entrevistados, como son las siguientes: “¿Quiénes tienen la información relevante? ¿Quiénes son más accesibles física y socialmente? (entre los informados) ¿Quiénes están más dispuestos a informar? (entre los informados y accesibles) ¿Quiénes son más capaces de comunicar la información con precisión? (entre los informados, accesibles y dispuestos)” (Valles², 2014:80).

Para llevar a cabo los criterios de selección muestral de este estudio han sido fundamentales estas preguntas para encontrar a sujetos que tuvieran la información relevante (hom-

¹ Entrevistas desarrolladas durante 2016 que forman parte de la investigación doctoral „Masculinidad hegemónica y prostitución femenina: (re)construcciones del orden de género en los espacios de prostitución en el estado español“ (2019) Universidad Complutense de Madrid.

² Valles recoge las preguntas realizadas por Raymond C. Gorden (1975, citado en Valles, 2014).

bres que fueran consumidores de prostitución femenina); que fueran accesibles y que estuvieran dispuestos a informar sobre sus prácticas y percepciones en torno a la prostitución.

Se utilizaron diferentes estrategias de contacto con los posibles participantes: difusión por e-mail; técnica de la bola de nieve; anuncios en páginas y foros; reparto de octavillas con el anuncio por parte del personal técnico de unidades de realización de pruebas rápidas de VIH, entre otras estrategias. Se recibieron diversas respuestas pero finalmente solo aceptaron participar 15 hombres, que era el número inicial mínimo marcado, siguiendo el ejemplo de otras investigaciones cualitativas similares (Barahona Gomáriz y García Vicente, 2003; López Insausti y Baringo, 2006; Gómez Suárez y Pérez Freire, 2009; Gómez Suárez *et al.*, 2015; Pardo Herrero y Meroño Salvador, 2015; Meneses Falcón *et al.*, 2015).

El guion de las entrevistas se elaboró tomando como punto de partida los estudios anteriormente citados, y se planteó la entrevista de forma semi-estructurada con preguntas sobre percepciones y prácticas sobre la sexualidad, así como sobre sus percepciones y prácticas sobre prostitución.

Las entrevistas fueron llevadas a cabo de forma presencial o telefónica, con autorización explícita de grabación del audio de las mismas.

3. Resultados y discusión

En los discursos de los hombres entrevistados se ha podido apreciar que el tiempo, como frecuencia de consumo de prostitución, articula las representaciones que construyen sobre sí mismos ya que se ha encontrado que la frecuencia de consumo de prostitución influye en la configuración de la identidad de putero o la desidentificación con la misma. Esto depende de la incorporación o no de la prostitución a su cotidianidad y, por tanto, el consumo de prostitución ha entrado a formar parte de lo ordinario dentro de sus vidas; o, por otro lado, si la prostitución es un evento excepcional y, con ello, forma parte de lo extraordinario.

En referencia a la frecuencia en el consumo de prostitución, Monto y McRee (2005) utilizan la idea del *continuum*. Se retoma esta idea porque se puede afirmar que la relación entre masculinidad y prostitución se establece a través del continuum que se constituye mediante las siguientes categorías que hemos elaborado y que no son estáticas:

1. En primer lugar, los hombres que no consumen prostitución y que no se plantean hacerlo en el corto plazo.
2. Los hombres que se lo plantean, pero no han pagado por sexo.
3. Los hombres que consumieron una vez.
4. Los hombres que acuden a la prostitución esporádicamente.
5. Los hombres que acuden habitualmente. Entre éstos últimos, hay quienes afirman que dejarán de acudir a la prostitución en algún momento (en el caso de algunos de los entrevistados, dejarán de consumir cuando tengan una pareja estable) y, por otro lado, los consumidores habituales que se identifican fuertemente con esa categoría y que no se plantean dejar de acudir a prostitución.

Figura 1. El continuum de la masculinidad prostituyente

Fuente: elaboración propia.

El *continuum* de la masculinidad prostituyente permite conceptualizar y estudiar el consumo de prostitución femenina como un dispositivo de la socialización masculina, ya que la prostitución aparece como una posibilidad a lo largo sus vidas. La prostitución aparece disponible para los hombres, independientemente de que se decida consumir porque forma parte del marco de prácticas y “recursos accesibles” asociadas a la masculinidad hegemónica. De esta forma, la prostitución trasciende la práctica individual de los hombres que acuden a la prostitución y tiene que ver con la construcción colectiva de la masculinidad.

Es fundamental explicitar la relación entre socialización masculina y consumo de prostitución para dar cuenta del carácter sociocultural de la decisión de pagar por prostitución, esto es, para desnaturalizar y desesencializar la práctica prostituyente. *Cualquier hombre* socializado en el modelo de masculinidad que se construye en las sociedades patriarcales podría decidir consumir prostitución porque un *putero* no nace, sino que se hace –parafraseando y cambiando la célebre frase de Simone de Beauvoir–. En el análisis del relato de los entrevistados se destaca como elementos desencadenantes del consumo de prostitución para dar cuenta de los factores que en un momento determinado pueden influir en que haya hombres que decidan iniciarse en el pago por prostitución. Entre estos elementos desencadenantes se encontrarían: a) la representación de la prostitución como rito de transición a la vida adulta a través de la primera experiencia sexual con una mujer; b) que haya hombres de referencia en grupo o de forma individual (normalmente más mayores) que recomiendan o animan a acudir a la prostitución; 3) que el grupo de iguales masculinos salga de fiesta a un espacio de prostitución; 4) conocer experiencias de otros hombres que ya han acudido a la prostitución y desear ser parte de esa experiencia; 5) acudir a la prostitución como práctica masculina que todo hombre ha de probar; 6) percibir que la prostitución les puede ayudar en el plano emocional como una especie de “terapia” sexual para hombres. Todos estos elementos desencadenantes han de ser inscritos en el contexto en el que se dan y en el caso del Estado español hay que señalar la accesibilidad a los espacios de prostitución y la permisividad social respecto a estas prácticas masculinas.

En cuanto al lugar dentro del *continuum* que ubican los participantes en la investigación que aquí se presenta, nos encontramos con una presencia más notable de hombres que han acudido a la prostitución de forma habitual que eventual: doce de los participantes son o fueron clientes habituales, mientras que los otros tres son clientes eventuales. Entre los habituales dos de ellos afirmaron que no deseaban volver a consumir prostitución y otro explicó que no había vuelto a consumir prostitución desde que estableció una relación de pareja unos meses antes de la entrevista.

Los habituales son aquellos que tienen construido un discurso más elaborado como clientes de prostitución y se identifican como tales. En palabras de uno de los entrevistados, un consumidor habitual es aquel que es “*putero putero*”. Mientras que los demandantes eventuales no se autoperciben ni definen como consumidores de prostitución y, por tanto, consumir prostitución no es una práctica con la que se definan a nivel identitario, sino que se perciben como hombres que en un determinado momento y de forma extraordinaria, acuden a la prostitución. Por tanto, el tiempo es una categoría que configura la identidad del cliente de prostitución y genera una autopercepción determinada sobre sí mismos respecto a la prostitución.

A pesar de que la frecuencia de consumo de prostitución define su identidad prostituyente y el lugar que ocupa la prostitución en su cotidianidad; las percepciones que tienen sobre las mujeres en prostitución y sus motivaciones para consumir confluyen independientemente de su frecuencia de consumo pero se considera relevante indagar sobre la autoidentificación o la desidentificación que se produce mediante la frecuencia de consumo de prostitución.

A continuación, se han aglutinado los discursos que les definen como demandantes eventuales o habituales. En el caso de los consumidores eventuales, son aquellos para los que la prostitución supone un evento excepcional en la cotidianidad de sus vidas, y no se sienten identificados como clientes de prostitución o como *puteros*. Es decir, se establece una diferenciación entre la prostitución como un evento ordinario para aquellos que son *clientes habituales* o la prostitución como un evento extraordinario para quienes son *clientes eventuales*.

El siguiente entrevistado es cliente eventual y establece una diferencia entre quienes acuden eventualmente o quienes lo hacen habitualmente, negándose a identificarse como demandante de prostitución. Según expresa, los hombres en los momentos bajos acuden a la prostitución. No obstante, su relato es contradictorio porque también acudió a un prostíbulo con el grupo de compañeros de trabajo relacionándolo con salir de fiesta:

“recurrir de una manera regular a la prostitución es que estás jodido realmente, yo cuando más jodido he estado en mi vida es cuando he recurrido a la prostitución, o sea cuando más vacío me he sentido” (34 años)

Otro de los *clientes eventuales* afirma que solo ha acudido en una ocasión a prostitución y una de las cuestiones que menciona es que deseaba tener una experiencia lo “*menos putera*” posible, para no identificarse como putero porque rechaza el estereotipo socialmente construido en torno al consumidor de prostitución. Es decir, con ello se trata de producir una desidentificación con la idea del putero porque estos hombres solo acuden a la prostitución de forma esporádica y, por tanto, no forma parte de su cotidianidad sino que es un hecho extraordinario que no conformaría su construcción identitaria.

Por otro lado, como se ha señalado, aquellos consumidores que son habituales articulan un discurso más elaborado, y se reconocen y representan como las experiencias en prostitución atraviesan su cotidianidad. Así, para ellos, consumir prostitución es un hecho ordinario, no excepcional.

Entre sus discursos encontramos diferencias entre quienes prefieren la prostitución a otro tipo de relaciones con mujeres; quienes acuden a la prostitución como “mujeres de sustitución”³ (Ranea, 2019) mientras no tienen pareja; y quienes afirman que no desean volver a consumir prostitución. Entre éstos últimos, a pesar de que uno de ellos afirma que desea no volver a acudir a la prostitución, lo denomina “adicción” y habla de recaídas cuando ha intentado dejar de pagar por prostitución.

Para entender la autoidentificación que se produce entre los hombres que acuden a la prostitución de forma habitual, uno de los entrevistados explica cómo entiende él la diferencia entre un cliente habitual y un eventual, desde un punto de vista en el que pone en valor la experiencia del habitual porque conoce lo que es la prostitución frente a los eventuales que no tienen ese grado de experiencia, en sus propias palabras afirmó que: “*Cliente es el habitual, el que va de vez en cuando no se puede considerar cliente*” (Hombre, 32 años).

“es muy diferente ir a la prostitución cuando uno va por primera vez o que va muy eventualmente porque todavía no lo tiene asumido dentro de su mundo, es algo muy de fuera, sigues viendo la prostitución como algo que no va contigo, ¿vale? [...] Cuando estás, cuando es alguien que te gusta la propia chica, sabes que los americanos tienen una propia palabra para eso *whoremonger* ¿no lo conoces?

Entrevistadora: No, ¿cómo se escribe?

Es alguien a quien le gustan las putas [lo escribe en mi cuaderno] *whoremonger*, ¿vale? Esto para mí sería un putero, putero, que está con ellas y le gusta y que le gusta realmente. Es que es muy diferente porque un tío que se limita a ir de vez en cuando, vale, es cliente de prostitución, pero no tiene nada que ver “ (32 años)

Los siguientes participantes comparan el proceso de convertirse en cliente habitual de prostitución con el proceso de adicción a las drogas (incluyendo el tabaco), como un proceso de adaptación al consumo de prostitución en el que cada vez sienten más deseo de reducir el tiempo entre una vez y otra:

“Hasta la siguiente pasa bastante tiempo, más de seis meses. Me imagino que esto es como el proceso de habituación a las drogas” (38 años)

“luego a lo mejor después de eso, fui otro par de veces, a lo mejor con el tiempo ya le cogí más el gusto que la primera vez dije, no está tan bien pero mola. Es como a lo mejor como cuando pruebas el tabaco la primera vez y dice, uy que malo que está pero luego acabas fumando [se ríe]. Esto fue más o menos parecido, no es pa’ tanto, me gustó en un principio pero luego ya le fui cogiendo el gustillo” (29 años)

De una forma similar lo explican otros de los entrevistados que inicialmente acudieron a la prostitución con menor frecuencia y con el paso del tiempo, disminuyó el tiempo entre una y otra visita a los contextos de prostitución:

³ El concepto “mujeres de sustitución” hace alusión a la percepción que tienen algunos de los entrevistados sobre las mujeres en prostitución como cuerpo-objeto satisfactor de los deseos sexuales masculinos cuando estos hombres no tienen relaciones de pareja convencionales. Es decir, estos hombres afirman que solo acuden a la prostitución cuando no tienen pareja estable y por tanto la prostituta es utilizada para sustituir la ausencia de relaciones sexuales que les proporcionaría la pareja.

“Al principio iba poco, ahora voy con mucha frecuencia” (32 años)

“Tardé unos meses en repetir y ya después me empezó a gustar más y más” (35 años)

“Y luego ya pues fui a los pisos y ya pues me aficioné [se ríe], en el momento en el que lo vi, pero te digo una cosa, ojalá fueran todos los vicios como éste” (40 años)

“a las dos semanas volví yo solo... Y ya pues me fui metiendo en ese mundillo” (44 años)

Por tanto, una vez que se accede a la prostitución por primera vez, todos los entrevistados menos uno, volvieron a consumir prostitución. Es decir, que para la mayoría de ellos, probar la prostitución significa romper la barrera de entrada que conlleva una repetición de esta práctica en otras ocasiones. Así lo describe uno de los *clientes habituales*:

“Entonces hasta el año 2000 o 2001 digamos, no consumí por primera vez, no caí entre comillas. Después de eso, ya no hubo marcha atrás” (44 años)

En cuanto a la frecuencia cuando devienen demandantes habituales, manifiestan que la prostitución forma parte de su cotidianidad como expone uno de los entrevistados: “*la prostitución es mi vida cotidiana*” (34 años). Esto es, es un elemento más en sus vidas. Así lo ilustran las respuestas cuando se preguntó específicamente acerca de la frecuencia con la que acuden hoy en día. La mayoría afirma que acudiría con más frecuencia de la que lo hace en la actualidad si dispusiera de mayor cantidad de dinero:

“A lo mejor lo hago una vez al mes o dos y ya me he quitado un poco así el mono” (29 años)

“Prácticamente siempre, a lo mejor algún mes no y eso, pero yo diría que sí, casi siempre, vamos ha sido... Dependiendo de la economía, de muchas cosas, de cómo esté económicamente pero normalmente te puedo decir que sí, te puedo decir que sí, me habré tirado dos meses pero al final... [se ríe] Como todos los vicios, acabas cayendo.” (40 años)

“Depende [...] si tengo muchas ganas, me pillo una y ya está.” (47 años)

“frecuencia igual cada tres semanas o dos semanas, por ahí. Luego depende a lo mejor hay un mes o una semana que he ido dos veces pero por lo general son dos o tres semanas” (35 años)

Por tanto, hay que destacar que la frecuencia de consumo de prostitución depende del dinero y/o de encontrar parejas sexuales no vinculadas a la prostitución:

“Ahora que tengo dinero y trabajo, tres veces al mes más o menos o cuatro, depende. Si ahora este mes como he hecho otras cositas de viajes pues... A lo mejor voy una o dos veces pero si a lo mejor, cojo... Si pillo a alguna chica en Badoo o esto, pues a lo mejor, yo que sé, pues tengo, no tengo que ir, según como me apetezca, si un día estoy con ganas, pues ya está, no me como la cabeza mucho. Pero bueno, la media son tres más o menos, si hay presupuesto.” (35 años)

Por otro lado, en el siguiente fragmento discursivo uno de los entrevistados manifiesta que en un primer momento el consumo de prostitución era novedoso y excepcional, con el paso de los años se ha convertido también en algo cotidiano que forma parte de su identidad:

“ya lo hago como algo normal, no lo hago como que estoy haciendo algo especial. Quizás a lo mejor cuando tenía 17 años que lo hacía como ¡ala, que bien! ¡Qué maravilla! La novedad. Ya lo hago pues como el que coge el metro, como el que monta en coche todos los días, como el que... Algo normal, no lo veo como algo fuera de lo habitual. No lo veo como especial, lo veo como un servicio que utilizo, que utilizo por necesidad, bueno también me gusta pero más por necesidad” (29 años)

Además, se destaca la accesibilidad de la prostitución como elemento significativo que no le permite pensar “*en otra cosa*” (34 años), es decir, el hecho de que la prostitución sea tan accesible (tanto por la cantidad de espacios de prostitución, como por los precios de los servicios de prostitución) en gran parte del territorio español influye en su experiencia:

“Cuando tengo dinero, me lo fundo porque esto se va rápido, entonces a lo mejor voy un par de días o voy a un piso tres días seguidos porque cuando estas con este... [...] ves que aquí es tan accesible, entonces es muy difícil estar pensando en otra cosa” (34 años)

Entre los clientes habituales que han participado, se destaca también que el número de parejas sexuales femeninas a lo largo de su vida ha sido mayor en el caso del sexo de pago, que las relaciones fuera de la prostitución:

“casi todo han sido putillas en mi vida. Bueno y chicas esporádicas. Pero bueno, la verdad es que no me preocupa mucho, estoy tranquilo, sí, es un poco un estilo de vida que cogí” (30 años)

Además, algunos de los entrevistados narran las ventajas, aprendizajes y estrategias de ser cliente habitual. Tal es el caso del siguiente, que, tras finalizar las dos entrevistas, acudió a la calle Montera de Madrid para consumir prostitución, de hecho, durante la segunda entrevista comenzó a sentirse nervioso porque se hacía tarde y él prefiere ir antes de la hora a la que terminamos la entrevista. Según él, el cliente habitual conoce las estrategias y prefiere a las mujeres que acaban de llegar a los contextos de prostitución porque “*las llevas un poco a tu terreno*”, es decir, prefiere a las mujeres que acaban de llegar a la prostitución porque son nuevas. La relación de poder se hace explícita en su relato, también, cuando realiza observaciones sobre cómo es “*muy fácil sacar atención especial*” (Hombre, 32 años) de las prostitutas que están empezando porque quizá no hayan tenido tiempo de adquirir las estrategias que van aprendiendo y desarrollando las mujeres que llevan más tiempo en el ejercicio de la prostitución. A este respecto se puede aplicar la noción de poder de Foucault (1980) porque donde quiera que se ejerza poder, también hay fuerzas de resistencia. En este sentido, las mujeres que llevan más tiempo en prostitución

aprenden estrategias de resistencia frente a los clientes, aunque estas estrategias de resistencia pueden hacer que pierda valor en el mercado de la prostitución donde se valora la novedad, la “inocencia” entendida como falta de experiencia, y la juventud. Es decir, cuando la mujer prostituida tiene menos experiencia, se encuentra en una situación de mayor des poder frente al demandante, para el que, por el contrario, aumenta el poder y con ello puede sacar mayores *réditos* o ventajas del pago que realiza en prostitución:

“cuando llevas un tiempo y ya eres putero, llega una chica nueva y me encanta porque la acabas haciendo cogerte confianza y la llevas un poco a tu terreno, pero todo bien, son cosas buenas. Son cosas que las haces por tu beneficio, pero también que le va a gustar a ella, cojonudo [se ríe]” (32 años)

En este mismo sentido, otro de los sujetos utiliza el término “*camelar*” para describir las estrategias que utiliza como demandante habitual para conseguir “*extras*” a los servicios de prostitución que otros clientes obtendrían a través del pago de una mayor cantidad de dinero. A este respecto, hace alusión a las prácticas sexuales desprotegidas que logra a través de establecer lo que él denomina “*amistad*”, que en la práctica supone cierto vínculo utilitarista con las mujeres prostituidas para obtener mayor beneficio (en este caso exponiendo la salud de las mujeres mediante la solicitud de prácticas sin preservativo):

“Yo ya me las sé camelar y he tenido extras, porque allí el servicio chupar y follar 20 euros con condón, con preservativo normalmente... Puedes pedir sin pero es más caro, claro. Pero bueno yo pues he sacado amistades con muchas chicas y he tenido muy buen trato con muchas chicas” (44 años)

Otra de las cuestiones que diferencia a ciertos consumidores habituales es el hecho de que para algunos de ellos, la prostitución es una práctica que nunca van a abandonar, es decir, manifiesten que nunca van a dejar de consumir prostitución como en el caso de los siguientes entrevistados:

“Si lo pruebas y te gusta no lo vas a dejar, porque yo ya, yo no sé, aunque esté en una relación seria, me huelo que caería porque es poner el *loquo* o algo de porno y ya... ¿Sabes? Empiezo a ver putillas por aquí, putillas por allá y llamas y caes, ya está. Eso significa que probablemente ya no será fiel yo, tiene toda la pinta porque a lo mejor, es que es tan, tan fácil pero vamos que tampoco me preocupa mucho” (30 años)

“son muchos años [se ríe], no sé, mujeres... ¿Cuántas pueden ser? ¿300? No te puedo decir porque ni me acuerdo, pero muchas sí, lo que pasa es que eso a mí alguna chica me lo ha dicho en los clubs que tú te has acostado con muchas mujeres y te va a costar trabajo quitarte de esto” (40 años)

Por último, entre los clientes habituales, uno de ellos manifestó que sentía que su situación había que abordarla como una adicción a la prostitución. No se han encontrado datos sobre la adicción a la prostitución, pero sí al sexo que es una tipología de adicción

que en una abrumadora mayoría de los casos son hombres quienes la manifiestan (Plummer, 2005:179). Así lo explica el propio entrevistado:

“la mayoría de las veces yo salía mal a gusto pero luego me fui acostumbrando, y lo relativizaba y volvía y volvía y volvía. No me determinaba la voluntad de decir, hasta aquí. Tuve momentos de dejarlo bastantes meses pero luego tuve recaídas, volvía a pinchar. ¿Cuándo pinchaba? Pues pinchaba cuando tenía alguna frustración de otro estilo, importante, tenía el recurso de llamar a una persona y acudir a un piso. Si me hubiera analizado un psicólogo o un psiquiatra hubiera dicho, o me hubiera diagnosticado adicción no al sexo, adicción a la prostitución. [...] Nada más cobrar en tres o cuatro días o cinco gastaba todo el dinero o casi todo [...] Entonces sí, era un consumidor habitual, de ir al mes igual cuatro veces, una vez a la semana... [...] doce años de manera frecuente, habitual, me hizo desorientarme, despreocuparme de mi trabajo, de la carrera profesional, de alguna carrera profesional posible que pudiera tener yo, de los estudios también, de todo.” (44 años)

En el siguiente fragmento se refiere también la adicción y las recaídas:

“no recuerdo bien exactamente, después de 2010 te dije que lo había dejado y tuve un par de recaídas pero bueno, hace ya más, hace muchos meses ya, tuve un par... Pero ya con la idea de esta es la última” (44 años)

4. Conclusión

Por todo lo expuesto, se puede afirmar que la frecuencia de prostitución define la experiencia prostituyente mediante la incorporación a la identidad masculina de la práctica del consumo de prostitución de forma habitual, o por el contrario en un intento de no identificarse con esa práctica como ocurre en el caso de los clientes eventuales. Esto es, el aumento de la frecuencia entre una visita y otra a espacios de prostitución permite que los demandantes eventuales desvinculen su yo de la imagen del *putero* como hombre asiduo a la prostitución; mientras que los *clientes* habituales han incorporado la prostitución a su cotidianidad y, en mayor o menor grado, esto ha pasado a formar parte de ellos en un sentido identitario.

La construcción de su subjetividad respecto a la prostitución aparece imbricada en el eje temporal que les permite reconocerse o desvincularse con la prostitución. Todos llevan a cabo la práctica de pagar por prostitución pero no todos desean que este hecho defina su propio yo. El sentido de sí mismos no se conecta con una práctica masculina que independientemente de la frecuencia con la que se lleve a cabo, les convierte en agentes activos del sistema prostitucional.

En este sentido, una de las cuestiones que ha de ser destacada es que a excepción de uno de los participantes en las entrevistas, todos los demás una vez que se inician al consumo de prostitución, vuelven a recurrir a ello en más ocasiones a lo largo de sus vidas. Por esto, la idea del *continuum* de la masculinidad prostituyente es útil para entender cómo a pesar de que la prostitución femenina aparece en el universo de posibilidades de

consumo para los hombres, hay varones que no han traspasado la frontera del pago por acceder al cuerpo de mujeres prostitutas; mientras que aquellos que lo llevan a cabo, difieren en el espacio temporal entre las ocasiones que recurren a la prostitución pero una vez que cruzan esa frontera, volverán a ello con mayor o menor frecuencia.

Bibliografía

- BARAHONA GOMÁRIZ, MARÍA JOSÉ y GARCÍA VICENTE, LUIS M. (2003) *Una aproximación al perfil del cliente de prostitución femenina en la Comunidad de Madrid*. Madrid: Dirección General de la Mujer.
- BIRCH, PHILIP (2015). *Why Men Buy Sex? Examining Sex Worker Clients*. Nueva York. Routledge.
- CHEJTER, SILVIA (2011). *Lugar común: la prostitución*. Buenos Aires. Eudeba y Universidad de Buenos Aires.
- COMISIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MALOS TRATOS A MUJERES (CIMTM) (2003). *El cliente de prostitución. De invisible a responsable*. Madrid. Comisión para la Investigación de Malos Tratos a Mujeres.
- COY, MADDY, MIRANDA HORVARTH y LIZ KELLY (2007). *It's just like going to the supermarket: Men buying sex in East London*. Londres. Safe Exit y London Metropolitan University.
- FARLEY, MELISSA, JAN MACLEOD, LYNN ANDERSON y JACQUELINE M. GOLDING (2008). *Challenging Men's Demand for Prostitution in Scotland*. Glasgow. Women's Support Project.
- FOUCAULT, MICHEL (1980) *Microfísica del poder*. Madrid: Edissa.
- GIMENO, BEATRIZ (2018). "La nueva utilidad de la prostitución en el neoliberalismo" *Atlánticas. Revista Internacional de Estudios Feministas* 3(1): 13-32
- GÓMEZ SUÁREZ, ÁGUEDA y PÉREZ FREIRE, SILVIA (2009) *Prostitución: clientes e outros homes*. Vigo: Xerais.
- GÓMEZ SUÁREZ, ÁGUEDA, PÉREZ FREIRE, SILVIA y VERDUGO MATÉS, ROSA MARÍA (2015) *El putero español*. Madrid: La Catarata.
- HART, ANGIE (1995). "Risky Business? Men Who Buy Heterosexual Sex in Spain" en Han Brummelhuis y Gilbert Herdt (eds.) *Culture and Sexual Risk. Anthropological Perspectives on AIDS*. Londres. Routledge.
- LAKOFF, GEORGE (2007). *No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político*. Madrid. Editorial Complutense.
- KIMMEL, MICHAEL (2018). "Introduction: Toward a Sociology of the Superordinate" en Michael S. Kimmel y Abby L. Ferber (eds.) *Privilege: A Reader*. Nueva York. Routledge.
- LÓPEZ INSAUSTI, RAFAEL y BARINGO, DAVID (2006) *Nadie va de putas. El hombre y la prostitución femenina*. Zaragoza: Logi, Organización Editorial.
- MARTIN CRIADO, ENRIQUE (1991). "Del sentido como producción: elementos para un análisis sociológico del discurso" en M. Latiesa (ed.) *El pluralismo metodológico en la investigación social: ensayos típicos*. Granada. Universidad de Granada.

- MARTTILA, ANNE-MARIA (2008). "Desiring the 'Other': Prostitution Clients on a Transnational Red-Licht District in the Border Area of Finland, Estonia and Russia" *Gender, Technology and Development* 12(1): 31-51.
- (2003). *Consuming Sex. Finnish Male Clients and Russian and Baltic Prostitution*. Lund University, Sweden.
- MENESES FALCÓN, CARMEN, UROZ, J., RÚA, A., GORTAZAR, C. y CASTAÑO, M. J. (2015) *Apoyando a las Víctimas de Trata. Las necesidades de las mujeres víctimas de trata con fines de explotación sexual desde la perspectiva de las entidades especializadas y profesionales involucrados. Propuesta la la sensibilización contra la trata*. Madrid: Delegación del Gobierno para la Violencia de Género. Ministerio de Sanidad, Servicios Sociales e Igualdad.
- MENESES FALCÓN CARMEN y ANTONIO RUA VIEITES (2011). "Comportamientos de riesgo en los varones que pagan servicios sexuales" *Norte de Salud Mental* 30(107): 393-407
- MONTO, MARTIN A. (2004). "Female Prostitution, Customers, and Violence" *Violence Against Women* 10(2): 160-188
- MONTO, MARTIN A. y MCREE, J. (2005) "A Comparison of the Male Customers of Female Street Prostitutes with National Samples of Men", *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 49(5), pp. 505-529.
- NIEMI, JOHANNA (2010). "What We Talk About When We Talk About Buying Sex" *Violence Against Women* 16(2): 159-172
- PARDO HERRERO, ESTHER y MEROÑO SALVADOR, MERCÉ (2015) *Estudio cualitativo sobre clientes de la prostitución*. Barcelona: Agència de Salut Pública de Catalunya.
- PHETERSON, GAIL (2000). *El prisma de la prostitución*. Madrid. Talasa.
- PLUMMER, KEN (2005) "Male Sexualities", en Kimmel, M., Hearn, J., y Connell, R. W. (eds.) *Handbook of Studies on Men and Masculinities*. Londres: Sage.
- RANEA TRIVIÑO, BEATRIZ (2021) "Homosocialidad y secretismo en la experiencia de los hombres que consumen prostitución en España" *Revista Ex aequo, Associação Portuguesa de Estudos sobre as Mulheres*. 43, pp. 85-100.
- "(re)pensar la prostitución desde el análisis crítico de la masculinidad" en el libro "Elementos para una teoría crítica del sistema prostitucional" coordinado por Ana de Miguel y Laura Nuño. Granada: Comares. Pp. 135-142
- ROSTAGNOL, SUSANA (2011). *Consumidores de sexo. Un estudio sobre masculinidad y explotación sexual comercial en Montevideo y área metropolitana*. Montevideo. RUDA-UNICEF.
- SALAZAR BENÍTEZ, OCTAVIO (2017): "Prostitución y desigualdad: la necesaria deslegitimación de los sujetos prostituyentes" en Ana de Miguel Álvarez, Laura Nuño Gómez (eds.) y Lidia Fernández Montes (coord.) *Elementos para una teoría crítica del sistema prostitucional*. Granada. Comares.
- VALLES, MIGUEL S. (2014) *Entrevistas cualitativas*. Madrid: CIS (Cuadernos Metodológicos, 32).
- VOLNOVICH, JUAN CARLOS (2006). *Ir de putas: reflexiones acerca de los clientes de prostitución*. Buenos Aires. Topia editorial.

WEITZER, RONALD (2005). "New directions in research on prostitution" *Crime, Law & Social Change* 43: 211-235

WEKKER, GLORIA (2009). "Into the promised land? The feminization and ethnicization of poverty in the Netherlands" en Martha Franken Alison Woodward, Ana Cabó y Barbara Bagilhole (eds.) *Teaching Intersectionality. Putting Gender at the Centre*. Utrecht. Athena.