

**Masculinidad (hegemónica) resquebrajada
y reconstrucción subjetiva en los espacios de prostitución
(Undermined (Hegemonic) masculinity
and subjective reconstruction within prostitution)**

BEATRIZ RANEA TRIVIÑO*

Ranea Triviño, B., 2019. Masculinidad (hegemónica) resquebrajada y reconstrucción subjetiva en los espacios de prostitución. *Oñati Socio-legal Series* [online], 9 (S1), S61-S81. Disponible en: / Available from: <http://ssrn.com/abstract=3251780>



Resumen

En este artículo se analiza de qué forma los espacios de prostitución han sido resignificados en la actualidad como escenarios de reconstrucción subjetiva de la masculinidad frente a los cambios sociales. Se reflexiona sobre la prostitución desde la perspectiva de género y feminista dando cuenta de las desigualdades que posibilitan la relación de prostitución. A continuación, se analiza la construcción de la masculinidad abordando los pilares más significativos sobre los que se construía la identidad masculina tales como: la identidad ligada al trabajo y al rol de proveedor familiar; a la autoridad del *pater familias*; al ejercicio de la violencia o a la amenaza de la utilización de la misma; a la actividad sexual (siguiendo patrones androcéntricos y patriarcales). Se argumenta que el ejercicio de la violencia y la actividad sexual aparecen fortalecidos como escenarios de construcción masculina; y la prostitución aparece en la encrucijada entre violencia y sexualidad patriarcal.

Palabras clave

Masculinidad hegemónica; prostitución; sexualidad; industria del sexo

Abstract

In this article, we analyze how prostitution has been resignified as a scenario of subjective reconstruction for men in a social context of changes. Prostitution is analyzed from a gender and feminist perspective, taking into account how gender inequality makes possible prostitution and how gender inequality is reproduced within prostitution. Also we analyze the construction of the masculinity arguing that masculinity is supported by some bases: identity linked to work and family provider;

* Investigadora doctoral en Sociología en la Universidad Complutense de Madrid, especializada en el estudio de la construcción de la masculinidad en relación a la prostitución femenina. Profesora en el curso *Historia de la teoría Feminista* de la Universidade da Coruña y en el máster *Igualdad y Equidad en el Desarrollo* de la Universitat de Vic y Cooperació. Ha trabajado en diversas investigaciones sobre prostitución y trata de mujeres con fines de explotación sexual y en 2016 recibió el primer Premio a la Investigación Feminista en Materia de Igualdad, convocado por el Instituto Aragonés de la Mujer y la Universidad de Zaragoza, con la investigación: *¿Por qué los hombres jóvenes consumen prostitución? Estudio exploratorio sobre la construcción de la masculinidad en relación a la prostitución femenina*. Dirección: Universidad Complutense de Madrid. Av. Séneca, 2, 28040 Madrid. Dirección de email: b.ranea@ucm.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4595-4436>



to the authority of the *paterfamilias*; to the exercise of violence or the threat of using it; to sexual activity (following androcentric and patriarchal patterns). It is argued that some of these bases have failure and others (violence and sexual activity) have strengthened and prostitution appears at the crossroads between violence and patriarchal sexuality.

Key words

Hegemonic masculinity; prostitution; sexuality; sex industry

Índice / Table of contents

1. La prostitución: una institución masculina encarnada en las mujeres.....	S64
2. La masculinidad hegemónica y el devenir hombre.....	S66
3. Resquebrajamiento de algunos pilares sobre los que se sostiene la identidad masculina.....	S67
3.1. Identidad ligada al trabajo, el éxito laboral y al rol de proveedor familiar.....	S68
3.2. Identidad ligada a la autoridad del <i>pater familias</i> y a la familia patriarcal.....	S69
3.3. Identidad ligada al ejercicio de la violencia o a la amenaza de la utilización de la misma.....	S69
3.3. Identidad ligada a la actividad sexual.....	S70
4. Reconstrucción subjetiva en los espacios de prostitución:.....	S71
5. Viejos y nuevos imaginarios de legitimación de la demanda de prostitución....	S73
5.1. Viejos marcos de legitimación: "naturaleza sexual masculina".....	S73
5.2. Nuevos marcos de legitimación: neoliberalismo, economicistas y consumistas.....	S74
6. A modo de conclusión.....	S77
Referencias.....	S77

1. La prostitución: una institución masculina encarnada en las mujeres

En el imaginario colectivo se tiende a identificar la prostitución como sinónimo de prostituta. A lo largo de este artículo se tratará de desplazar este imaginario y se propone un marco de referencia que subvierta las representaciones sociales "típicas" de la prostitución encarnadas en figuras femeninas. Se plantea identificar la prostitución como una institución masculina y para ello, parece pertinente comenzar nombrando la prostitución como una institución masculina. Partimos de la definición que ofrece Victoria Sau (2000) en su *Diccionario Ideológico Feminista*:

Prostitución. Institución masculina patriarcal según la cual un número indeterminado de mujeres no llega nunca a ser distribuido a hombres concretos por el colectivo de varones a fin de que queden a merced no de uno sólo sino de todos aquellos que deseen tener acceso a ellas, lo cual suele estar mediatizado por una simple compensación económica. (Sau 2000, p. 249)

Esta mirada nos permite conectar la experiencia aparentemente individual de quienes demandan prostitución con su significado sociopolítico, para dar cuenta del rol que juega la prostitución en las sociedades contemporáneas, en dos sentidos: como una "industria" que mueve ingentes cantidades de dinero; y como un escenario de representación de la masculinidad hegemónica. Lo que se argumenta en este artículo es que en un contexto de quiebra de algunos de los pilares sobre los que se sustentaban las identidades masculinas, los espacios de prostitución son resignificados como escenarios de reconstrucción subjetiva del modelo de masculinidad hegemónica. En los siguientes apartados se describirá por qué y cómo se produce esa reconstrucción identitaria.

La prostitución no sólo aparece en el imaginario colectivo como sinónimo de prostituta, sino que se representa también como un fenómeno marginal. Este elemento fue señalado por Salvador Giner que destacaba que la prostitución puede parecer marginal en el imaginario colectivo "pero que es en realidad funcional para el mantenimiento de nuestro orden social contemporáneo" (Giner 1988, p. 2). Esto es, la prostitución es representada como un fenómeno marginal e, incluso, extraño y lejano, sin embargo, es una institución funcional para un determinado modelo social fuertemente desigual. La prostitución se produce sobre desigualdades y, a su vez, (re)produce desigualdad. Por ello, la prostitución es útil para el sostenimiento del orden patriarcal, porque perpetúa y fortalece los roles diferenciales de género, principalmente aquellos que se ponen de manifiesto en el terreno de la sexualidad. Se puede afirmar que es una institución a través de la cual se ordenan las relaciones de género de una determinada manera, que sigue patrones patriarcales, capitalista y colonialistas, y por tanto, es útil para el mantenimiento del *status quo*. Un *status quo* que se representa en un modelo concreto de masculinidad (hegemónica).

La relación de prostitución ha de inscribirse dentro del contexto social en el que se produce y, lo que es más, dentro del contexto social que posibilita que la relación de prostitución se (re)produzca. Esto es, no se puede analizar la prostitución al margen de los ejes de desigualdad y las relaciones de poder que posibilitan que haya personas en situación de prostitución y, por otro lado, personas en situación privilegiada que pagan por servicios de prostitución.

Es imprescindible acercarnos a esta realidad social desde la perspectiva de género y feminista para comprender por qué son mujeres quienes mayoritariamente devienen "oferta" en el mercado de prostitución y porque son hombres quienes de forma abrumadora se convierten en demanda. A través de la prostitución se produce una reafirmación paradigmática del género en tanto categoría que se construye como opuesto y en jerarquía, pudiendo afirmar que la prostitución actúa como frontera que refuerza el binarismo de género.

Es complicado medir las dimensiones de la prostitución porque se trata de un fenómeno en el que intervienen lo que se denominan como "poblaciones ocultas", tanto cuando se hace referencia a las mujeres en situación de prostitución como a

los hombres que demandan. Según Heckathorn (1997) las poblaciones ocultas tienen dos características principales: en primer lugar, no se cuenta con un marco muestral de las mismas y se desconocen los límites y el tamaño de la población; por otro lado, entre los individuos que forman parte de las poblaciones ocultas hay una fuerte preocupación por salvaguardar su privacidad. Además de esto, la dificultad para obtener datos está ligada a que en ocasiones la prostitución se da en espacios clandestinos, así como vinculada a actividades criminales como la trata de mujeres con fines de explotación sexual.

Por ello, solo contamos con datos parciales proporcionados por investigaciones o por las entidades que realizan intervención social en los contextos de prostitución. Una de las entidades que realiza estas intervenciones en mayor número de comunidades autónomas del Estado español es Médicos del Mundo,¹ que, en su memoria de 2016, recogía los siguientes datos de las personas atendidas en contextos de prostitución: de las 9.451 personas atendidas, el 91,31% fueron mujeres, el 5,13% transexuales y el 3,56% hombres. Así, si analizamos el género de la "oferta" de prostitución hay que destacar los tres grupos sociales que se encuentran en prostitución, que son: mujeres, mujeres transexuales y hombres que mantienen sexo con hombres.

Si algo tienen en común los tres grupos que se encuentran en prostitución es la discriminación y devaluación social que sufren. Los procesos de mercantilización del cuerpo y la sexualidad son posibles porque son personas que se encuentran en un lugar menos ventajoso en la estructura social (sobre este elemento volveremos más adelante). Esto es, en sociedades con fuertes desigualdades socioeconómicas, las corporeidades devaluadas son representadas socialmente como mercantilizables. Sin embargo, estas tres tipologías de prostitución no son directamente comparables porque cada una tiene sus especificidades, en este artículo nos centramos en la prostitución de mujeres porque se analiza la demanda masculina heterosexual, con la finalidad también de problematizar la masculinidad y la norma heterosexual y la reproducción de las mismas en los contextos de prostitución.

Por otro lado, el género de la demanda coincide en estas tres tipologías porque en los tres casos, la demanda es de forma mayoritaria masculina. Aunque no contamos con datos actualizados sobre la demanda de prostitución, cabe destacar que según datos de 2007 el 99,7% de la demanda de prostitución es masculina (Cortes Generales 2007). Por ello, es fundamental que se analice desde la perspectiva sociológica y se repolite la prostitución desde la figura del demandante. En el caso de los hombres que consumen prostitución femenina, esta práctica trasciende su individualidad y ha de ser conectada con la socialización masculina y, por tanto, con la construcción de la masculinidad. Que casi la totalidad de la demanda de prostitución sea masculina, es un dato que nos permite conceptualizar la prostitución como una práctica masculina y estudiarla como un fenómeno sociológico.

En cuanto al porcentaje de hombres que en el Estado español han pagado por prostitución, según la Encuesta Nacional de Salud Sexual de 2009² (CIS 2009), se estima que un 32,1% de los hombres mayores de 16 años han acudido al menos una vez en su vida a la prostitución; y tan solo un 0,03% de mujeres. Por otro lado, unos años antes la Encuesta Nacional sobre Salud y Hábitos Sexuales realizada en 2003 (INE y SPNS 2003), ofrecía el siguiente resultado: entre los varones encuestados que tenían relaciones sexuales, un 27,3% respondió afirmativamente al hecho de haber pagado por sexo alguna vez en su vida. De este 27,3%, un 22,9% de los varones tenían de 18 a 29 años; y un 27,3%, de 30 a 39 años. Un 6,7% de los mismos respondió haberlo hecho en el último año. La Organización de Naciones Unidas

¹ A pesar de que Médicos del Mundo solo proporciona datos parciales de los espacios donde realizan intervención social, se toman como referencia por ser la entidad que trabaja en contextos de prostitución en más territorios y por tanto, nos ofrecen una pequeña representación con carácter estatal del fenómeno de la prostitución.

² No se ha vuelto a realizar una encuesta nacional de salud sexual desde 2009, por tanto, el porcentaje más actualizado con una muestra significativa data de este año.

(Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito –UNODC– 2010) ofrece un dato más elevado en su informe sobre la globalización del crimen: en el apartado sobre la industria del sexo en Europa destaca que el 39% de los hombres en España ha pagado alguna vez en su vida por prostitución. Por tanto, en la actualidad el porcentaje estimado de hombres que alguna vez han sido clientes de prostitución varía entre un 32% y un 39%. Es por ello que se vuelve a hacer hincapié en que la demanda de prostitución constituye un fenómeno sociológico a estudiar desde el análisis de la construcción sociocultural de la masculinidad. Además, el consumo de prostitución es una práctica que si bien no comparten todos los hombres, aparece socialmente tolerada y relacionada con la masculinidad. En los siguientes apartados se propone un acercamiento a la construcción de la masculinidad en relación a la prostitución.

2. La masculinidad hegemónica y el devenir hombre

El género es una categoría estructural y estructurante tanto a nivel individual como colectivo dando lugar al orden de género basado en la jerarquía de lo masculino sobre lo femenino. “Ser hombre” no es la expresión espontánea del cuerpo masculino, sino la encarnación del entramado sociocultural sobre el que se articula la construcción de la masculinidad (Connell 1995, Amuchástegui y Szasz 2007). La socialización diferencial de género establece unos mandatos claros acerca de los roles, espacios o expectativas que se corresponden con lo masculino y con lo femenino. Lo primero que hay que señalar es que la masculinidad se construye en relación a la feminidad y que el género es una categoría binaria, relacional y jerárquica. No se puede pensar la construcción de la masculinidad sin plantear su relación con la feminidad y, lo que es más, sin plantear que la feminidad en muchas ocasiones es un instrumento para reforzar la hombría. A pesar de que el género es una estructura relacional, a nivel cultural el hombre aparece representado como un sujeto autónomo. No obstante, el sujeto masculino no es autónomo, sino que aparece ficcionado como autónomo. Así, decimos que la autonomía masculina es una ficción porque la masculinidad depende de su relación jerárquica con la feminidad para definirse. El género se construye en relación, por tanto, un hombre se define como “auténtico hombre” a través de las relaciones de instrumentalización de las mujeres.

La socióloga australiana Raewyn W. Connell en 1987 comienza a desarrollar el concepto de “masculinidad hegemónica” en dos sentidos, principalmente: de un lado, Connell (1987) introduce el término masculinidad hegemónica en relación a la construcción de lo que denomina la “feminidad enfatizada”. Esta feminidad enfatizada es aquella que se espera por parte de las mujeres, y que se construye y representa para los hombres, es decir, es la feminidad que busca satisfacer al hombre y que se adapta y es útil a la organización del poder masculino. Connell argumenta que no existe una feminidad hegemónica en el sentido de la masculinidad, pues la hegemonía implica poder social en base al género y por esto plantea utilizar la expresión *enfatizada*. Por otro lado, Connell (1997) utiliza el concepto “masculinidad hegemónica” para referirse a las masculinidades en plural y realizar así una catalogación de la diversidad de masculinidades en las sociedades occidentales. Se refiere a cuatro tipologías de masculinidad en las sociedades occidentales y en concreto, en el contexto australiano: hegemónica, cómplice, subordinadas y cómplices.

Además, años después y tras la repercusión que tuvo el concepto en las investigaciones sobre masculinidades, Connell, junto a Messerschmidt (2005), publicó el artículo *Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept*, donde, tras realizar un análisis de los múltiples usos en los que ha derivado el concepto, señalan que las relaciones de género son siempre relaciones de tensión y, por ello, un patrón determinado de masculinidad hegemónica funciona si es capaz de corregir las tensiones que se producen, es decir, si actúa como un elemento que estabiliza el poder patriarcal o contribuye a reconstruir el orden de género. Se puede afirmar que la masculinidad hegemónica se construye de una forma reactiva, es decir, como

reacción ante todo aquello que pueda desestabilizar el orden patriarcal. De esta forma, se puede interpretar la masculinidad hegemónica como un “mecanismo político” (Beasley 2008) que actúa como pilar fundamental de la estructura patriarcal y, por tanto, legitima las relaciones de poder jerárquicas entre mujeres y hombres. El poder no se localiza sólo en las grandes estructuras sino en aquellos sujetos que reproducen y se benefician de la desigualdad de género. Por esto, la masculinidad hegemónica es una encarnación del poder en sí misma, que se representa en determinados comportamientos, actitudes, formas de relacionarse que contribuyen a sostener los privilegios masculinos. Es decir, la masculinidad hegemónica se expresa con esas prácticas masculinas que reproducen el sistema patriarcal y representan a las mujeres desde la alteridad y la inferioridad.

Además, la masculinidad hegemónica no es un estadio estático, sino que se construye como un estatus que ha de ser demostrado permanentemente tanto para sí como frente al grupo de iguales. En este sentido, cuando se aborda la masculinidad es fundamental referirse a la homosociabilidad y a la fraternidad. El rol del grupo de iguales funciona en dos sentidos: de un lado, tiene una función disciplinante en la adecuación a las normas de la masculinidad; y por otro lado, el grupo se constituye también vinculado al pacto entre iguales que garantiza la hegemonía social masculina. Así, la confraternización masculina es fundamental en el proceso de socialización de los hombres a lo largo de su vida. Esa centralidad de la fraternidad, de la importancia del grupo de pares hace que algunas autoras se refieran al “patriarcado fraternal” (Amorós 1990, Pateman 1995). Como sostenía Simone de Beauvoir (2005, p. 51), “[n]ingún colectivo se define nunca como Uno sin enunciar inmediatamente al Otro frente a sí”. De esta manera, la fraternidad se erige mediante la exclusión de las mujeres que no pueden ser parte del grupo de iguales, pero *a través* de las mujeres, es decir, que los hombres necesitan a las mujeres para demostrar que son hombres.

3. Resquebrajamiento de algunos pilares sobre los que se sostiene la identidad masculina

La masculinidad hegemónica en las últimas décadas en el contexto sociocultural Occidental, se ha servido de algunos pilares sobre los que articularse. Los pilares más significativos son: la identidad ligada al trabajo, el éxito laboral y al rol de proveedor familiar; la identidad ligada a la autoridad del *pater familias* y por tanto, a la familia patriarcal; la identidad ligada al ejercicio de la violencia o a la amenaza de la utilización de la misma; la identidad ligada a la actividad sexual (siguiendo patrones androcéntricos y patriarcales). Además, también hay que destacar el elemento del consumo y el ocio como generador de identidades en las sociedades contemporáneas (Gil 2016).

Hoy día para muchos hombres el ámbito del trabajo y/o de la familia se desestabilizan como escenarios de demostración y reafirmación de la hombría. Como sostiene Enrique Gil (2006, p. 55): “Se ha roto en mil pedazos la continuidad lineal de las biografías masculinas, antes vertebradas por el empleo estable y el matrimonio indisoluble y hoy quebradas tanto por el paro y la precariedad laboral como por el divorcio y la desorganización familiar”. Mientras que, por contrapartida, se puede afirmar que el recurso a la violencia y la actividad sexual se presentan fortalecidos como instrumentos para construir y demostrar la hombría. La violencia y el modelo de sexualidad androcéntrico son interpelados desde algunas instancias sociales, sin embargo, no se desestabilizan de la misma manera y han adquirido mayor importancia en las representaciones de la masculinidad hegemónica. De esta forma, la masculinidad hegemónica actúa como resorte del *status quo* y si se desestabilizan algunos de los elementos sobre los que se sostiene, ha de reforzarse en otros. La prostitución, como se explicará, se encuentra en la encrucijada entre la violencia, la sexualidad y las lógicas consumistas y economicistas.

A continuación, se abordan brevemente estos pilares de la masculinidad hegemónica para comprender por qué se argumenta que se produce una reconstrucción subjetiva en los contextos de prostitución:

3.1. *Identidad ligada al trabajo, el éxito laboral y al rol de proveedor familiar*

El trabajo estable confería un sentido de “estar en el mundo” (Morgan 2005) ya que las identidades masculinas se construyen, en gran medida, mediante su inscripción en el ámbito de la producción y la esfera pública. No obstante, en el periodo actual del capitalismo tardío en su fase neoliberal, se han precarizado las formas de trabajo y, para muchos hombres, esto ha supuesto no sólo encontrarse con situaciones de desempleo o enlazar empleos precarios sino la quiebra de este pilar del proceso de subjetivación masculina. La seguridad que proporcionaba el trabajo estable, se ha tornado en incertidumbre y, por tanto, el trabajo estable ligado a la idea de proveedor de la familia quiebra como resorte de la masculinidad.

En el análisis de la masculinidad hegemónica hay que tener en cuenta las relaciones entre lo global y lo local, y las conexiones que se establecen entre el modelo hegemónico de la globalización neoliberal capitalista del hombre de negocios y la persistencia de ideales locales. Así, por un lado nos encontraríamos con el *businessman* liberal y cosmopolita de clase media o media-alta que se promueve como el “hombre nuevo” del capitalismo neoliberal, cuya definición de la masculinidad está vinculada al trabajo entendido no sólo como el medio por el que obtener remuneración para mantener a la familia –la figura del *breadwinner*–,³ sino también como espacio para labrar una carrera profesional (Beynon 2002) y conseguir prestigio social a través del reconocimiento del resto de varones que conforman los círculos de poder, en ese ambiente corporativo ampliamente masculinizado y masculinizante.

Por otro lado, persisten los ideales locales como en el caso de España, donde podríamos hablar del “macho” más relacionado con la clase trabajadora, y con la imagen de fortaleza corporal, machista, mujeriego... Serían hombres de clase trabajadora que ostentan poco o ningún poder formal en el trabajo y por tanto, adoptarían la identidad de macho para enmascarar y compensarlo en el ámbito doméstico y privado (Beynon 2002, p. 20). Por tanto, en un momento histórico determinado coexisten distintos ideales de masculinidad que son negociados de tal forma que mantienen nexos comunes ya que dichos modelos siguen perpetuando las relaciones de poder desiguales entre hombres y mujeres. Sin embargo, como sostiene Beynon (2002, p. 16) el modelo de masculinidad hegemónica de clase trabajadora nacido con la revolución industrial basado en la idea de la fuerza física y el trabajo industrial, tiende a perder relevancia en la era posfordista. Ese ideal del macho persiste aunque con menor poder simbólico.

Por otro lado, Kaufman (1997) se refiere a las experiencias contradictorias de poder de los hombres en la sociedad contemporánea, y en este mismo sentido, Bob Pease (2000) argumenta que, mientras los hombres dominan las organizaciones y las instituciones y detentan el poder social, por otro lado, algunos hombres viven un desempoderamiento en el terreno personal, por su posición en las jerarquías de clase o raza/etnia, porque el poder social e institucional no siempre está directamente relacionado con su experiencia individual. La clase social influye en el devenir de la masculinidad, no obstante, tanto el trabajador como el burgués tienen elementos comunes de la visión de la masculinidad en torno al rol de proveedor de la familia (Morgan 2005). Ese rol es uno de los elementos clave que hace que ambos sean “respetables” y reconocidos en el espacio público.

³ Pudiendo ser el proveedor único o aquel que se constituye como el proveedor principal de la unidad familiar porque aunque su pareja tenga un empleo remunerado éste tiende a estar socialmente o económicamente menos valorado

3.2. *Identidad ligada a la autoridad del pater familias y a la familia patriarcal*

Este pilar de la masculinidad está directamente ligado a la idea de trabajo y provisión económica y protección de la familia. La quiebra del rol de proveedor, o proveedor principal de la unidad familiar, supone en muchas ocasiones la ruptura de la autoridad del *pater familias*. De esta forma, la familia también se difumina como escenario para reafirmar la masculinidad hegemónica.

Pero no sólo por este hecho, sino porque la familia patriarcal simbolizada sobre la idea del *pater familias* y el matrimonio heterosexual, pierde también la estabilidad que caracterizaba esta institución. En la familia patriarcal el *pater familias* se constituía, a través del matrimonio, en dueño de su mujer y sus hijos –y de los bienes–, y con ello, se realizaba una especie de símil entre matrimonio y parentesco como propiedad masculina. Tanto la posición de la mujer como de su prole dependían de la existencia de la autoridad y el poder material y simbólico del padre-marido, así la familia constituía “una unidad patriarcal dentro del conjunto del patriarcado” (Millett 1969/2010, p. 83). No obstante, desde hace décadas la familia patriarcal es cuestionada. Inés Alberdi se acercaba en 1977 a la crisis de la familia preguntándose si era el fin de la misma. Como explica la autora, no se trataba del fin sino de la crisis de un modelo concreto familiar. Entre los elementos clave se destacaba el debilitamiento de la figura del padre y la democratización en la toma de decisiones dentro del núcleo familiar. Es indudable que en las últimas décadas se han experimentado también cambios familiares reseñables como: el descenso de la nupcialidad; los cambios en las formas de matrimonio y emparejamiento; la emancipación tardía de la juventud; el retraso de la edad de la maternidad; el descenso de la natalidad; la opción de no tener hijos y aumenta la tasa de separaciones y divorcios (Iglesias y Becerril 2016).

Con los avances del feminismo, para muchas mujeres los mandatos de género se han flexibilizado, han ganado autonomía y poder de decisión sobre sus propias vidas. El matrimonio o formar una familia siguiendo patrones patriarcales, ya no forma parte del proyecto de vida de un número cada vez mayor de mujeres.

3.3. *Identidad ligada al ejercicio de la violencia o a la amenaza de la utilización de la misma*

Para entender el entramado que configura la identidad masculina hegemónica y su relación con la violencia, se considera imprescindible incorporar al análisis de la masculinidad lo que Rita Laura Segato (2016) denomina la “pedagogía de la crueldad”, esto es, cómo la socialización masculina está atravesada por la normalización de la crueldad y la brutalidad, a través de la anulación de la empatía hacia los/as otros/as. En este sentido Miriam Miedzian expone cómo se “enseña a los hombres a ser duros, a reprimir la empatía y a no permitir que las preocupaciones morales pesen demasiado cuando el objetivo es la victoria” (Miedzian 1995, p. 66). La empatía y las emociones vinculadas a la afectividad, han de reprimirse para encarnar la masculinidad hegemónica. La expresión de esas emociones está vetada en la masculinidad normativa, con la salvedad de emociones que se permiten ser expresadas como la ira o el enfado (hooks 2004), y la materialización de esta emoción a través de la violencia sobre los/as otros/as es clave en el devenir de la masculinidad hegemónica.

La ausencia o limitación de la empatía hacia las mujeres como requisito de la masculinidad se estima que es un elemento necesario para consumir prostitución. Este hecho es posible mediante la incapacidad de reconocimiento de la “otra” que es necesariamente cosificada y deshumanizada por aquel que paga por sexo con mujeres que no le desean.

Por tanto, el modelo normativo de masculinidad se produce atravesado por la violencia como herramienta para mantener el poder frente a otros hombres y las “otras”, mujeres; pero también, el ejercicio o la amenaza de ejercer violencia es una

forma de representar y espectacularizar la masculinidad. Es decir, la violencia es ejercida en la búsqueda de reconocimiento del hombre en tanto hombre. La posibilidad de ejercer violencia es una característica asignada a los sujetos masculinos y se naturaliza como si se tratase de un elemento innato de los cuerpos leídos como masculinos. Se podría establecer un paralelismo, entre la definición clásica de Estado de Max Weber y el uso de la violencia por parte de los hombres; es decir, el Estado se define a través del uso legítimo de la violencia; y el género masculino, en el patriarcado, se define en gran medida a través del uso "legítimo" de la violencia.

Rosa Cobo (2011) afirma que las nuevas formas de violencia contra las mujeres que se están desarrollando en la actualidad surgen, en parte, como reacción a los logros feministas conseguidos en las últimas décadas. En las últimas décadas, están apareciendo nuevas formas de violencia machista que destacan por su magnitud y virulencia, como son los feminicidios en Ciudad Juárez en México o las violaciones grupales. En el caso de la violencia sexual, es paradigmática en cuanto a su carácter expresivo de la masculinidad (Segato 2016). Por añadidura, Messerschmidt (2000) expone cómo algunos hombres jóvenes utilizan la violencia sexual para demostrar que son "hombres de verdad" frente al grupo de pares. A través de la violencia sexual, el cuerpo de las mujeres se convierte en un mediador simbólico entre los hombres (Szil 2004, Cobo 2017). Pero además, a través de la violencia sexual, el cuerpo agredido sirve para enviar un mensaje al resto de las mujeres. Como expone Susan Brownmiller, la violación "es un proceso consciente de intimidación a través del cual todos los hombres someten a todas las mujeres a un estado de miedo" (Brownmiller 1975, p. 15). Por esto, es necesario hacer hincapié que la identidad masculina no sólo aparece ligada al ejercicio de la violencia sino a la amenaza de ejercer violencia. En este carácter relacional del género, tiene implicaciones directas en la construcción de la subjetividad femenina que es atravesada por el miedo a la violencia sexual por parte de los hombres.

3.3. Identidad ligada a la actividad sexual

Es fundamental conectar la masculinidad hegemónica con la heteronormatividad porque en este ser y representar "ser hombre" existe una estrecha relación entre la heterosexualidad y la identidad de género masculina. La actividad sexual es primordial en el proceso de confirmación de la masculinidad, es decir, en el despliegue de masculinidad tanto para sí como frente al grupo de iguales masculinos, mostrar que se es activo sexualmente en relaciones heterosexuales se convierte en un elemento central. Como señalan las autoras del estudio *El putero español*, "hoy en día, la virilidad se construye a través de una 'compulsiva vida sexual' de la que se presume delante del grupo de pares" (Gómez *et al.* 2015, p. 26).

Tanto es así que la primera experiencia sexual con una mujer es uno de los ritos de transición a la vida adulta del "auténtico hombre". La prostitución es una de las posibilidades que se presentan en las sociedades patriarcales para que los hombres accedan al cuerpo de las mujeres. Como señala Silvia Chejter: "Hacerse hombres. Pasar de niño a hombre es una transformación que implica iniciarse en el sexo, conocer el sexo (...) ir de putas forma parte de los rituales de iniciación" (Chejter 2011, p. 39).

La heteronormatividad que atraviesa la masculinidad hegemónica gira en torno a la potencia y al rendimiento de la genitalidad masculina como símbolo de la fuerza sexual. La sexualidad se convierte en mera genitalidad y ésta 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 hombres como un decrecimiento de su estatus de virilidad. El modelo que se reproduce es lo que Pierre Bourdieu (2000) denomina como "falocéntrico". En esta forma de experimentar la sexualidad falocéntrica y en desigualdad, algunos autores expresan que el sexo se vive como experiencia penetradora, y el pene erecto aparece

como el símbolo de esa potencia para invadir otros cuerpos-territorio (Salas Calvo y Campos Guadamuz 2004).

Por otro lado, cuando se hace referencia a la construcción de la sexualidad masculina en la sociedad contemporánea, es imprescindible incorporar la pornografía hegemónica como una fuente de creación del imaginario sexual. Además, se introduce la pornografía al análisis porque como propone Rosa Cobo (2017): la pornografía se puede interpretar como “pedagogía de la prostitución”. En este mismo sentido, Peter Szil (2004) afirma que la pornografía actúa como *marketing* de la prostitución porque la ficción pornográfica representa una idea del sexo que se aleja del reconocimiento del deseo y del disfrute sexual de las mujeres, y por ello, los hombres que construyen su imaginario sexual con la pornografía tienen serias dificultades para relacionarse sexualmente en igualdad con las mujeres. De esta forma para ellos será más “fácil” acudir a la prostitución, ese escenario donde no tienen que negociar ni reconocer la subjetividad sexual de las mujeres. La pornografía que se ha vuelto hegemónica o *mainstream* está atravesada por prácticas sexuales que se rigen por patrones patriarcales, y que, en muchas ocasiones, erotizan y normalizan la violencia y las agresiones sexuales contra las mujeres (Walter 2010, Cobo 2017, Alario 2017). Según Mónica Alario (2017), en la actualidad, los vídeos con mayor número de visualizaciones son aquellos en los que se explicita violencia contra las mujeres.

Se retomará la importancia de la sexualidad cuando se aborde el “viejo” marco de legitimación de la demanda de prostitución que se refiere a la “naturaleza” sexual masculina.

4. Reconstrucción subjetiva en los espacios de prostitución:

En este contexto de desestabilización de estos pilares o ejes de la masculinidad, hay viejos espacios que se reconfiguran y se resignifican como escenarios para representar la masculinidad. Así los espacios de prostitución, como sostiene Beatriz Gimeno (2012) se convirtieron en “refugios de la masculinidad” o espacios vetados a la interpelación feminista hacia las prácticas patriarcales de los hombres. En este mismo sentido, Rosa Cobo (2017) argumenta que la fractura subjetiva masculina ante la quiebra de estos roles “tradicionales”, los hombres encuentran en los contextos de prostitución, espacios de reconstrucción subjetiva. Además, estos espacios pertenecen a la fratría masculina donde las mujeres aparecen como instrumentos para demostrar la masculinidad tanto para sí, como frente al grupo de pares.

Como se ha afirmado con anterioridad, la prostitución es funcional para el mantenimiento del orden social patriarcal especialmente en momentos de tensión donde el modelo de masculinidad hegemónica es impugnado por el Feminismo. Aparece la prostitución como una situación que permite que la masculinidad hegemónica sea representada sin crítica. Las mujeres en prostitución representan, a su vez, un modelo de feminidad que cada vez es más complicado encontrar fuera de los espacios de prostitución: una feminidad (enfaticada) que continúa ubicando al hombre en el centro del escenario, y a la mujer entre la complacencia y satisfacción de los deseos de los otros. Es decir, el hombre elige, selecciona a la prostituta y ella complace el deseo de éste en cuanto hombre. No se trataría sólo de un deseo sexual, porque lo que se compra no es un “servicio sexual” sino que se paga por un modelo concreto de feminidad que es teatralizada por las mujeres en prostitución. Como afirman algunos demandantes de prostitución, éstos son espacios “donde los hombres son todavía hombres y las mujeres son todavía mujeres” (Marttila 2008, p. 41).

En la autopercepción del hombre como hombre la prostitución sirve para reafirmar la masculinidad. Para ello, se mantiene una relación sexual con una mujer en la que encuentran una feminidad ficticia que reúne los valores de la “auténtica” feminidad: complacencia y satisfacción del hombre; reconocimiento; escucha y comprensión; así

como también la prostituta representa el disfrute de ser objeto del deseo, la atracción y la mirada masculina. Es decir, para mantener los valores de la masculinidad hegemónica es necesario contar con una mujer que represente, a su vez, los valores de la femineidad enfatizada, de tal forma que los demandantes los encuentran en la ficción que representan las mujeres en prostitución.

La demanda de prostitución proyecta sobre las mujeres en prostitución diferentes mandatos de la femineidad. Las prostitutas aparecen como mujeres-cuerpo para "suplir" las "necesidades" de los hombres. En muchos casos no se trata sólo de la satisfacción de su deseo sexual, sino que también puede representarse a la prostituta como "cuidadora emocional" de los hombres; o como oyente de los problemas de éstos. Aparece el mandato de femineidad basado en complacer a los hombres también mediante la escucha de sus relatos, mientras las mujeres no tienen esa misma posibilidad porque ellas no pueden mostrar su humanidad, ésta se oculta bajo la *performance* de la femineidad enfatizada. El cliché que estereotipa a los demandantes de prostitución como "pobres hombres" que acuden para hablar con alguien, obvia la relación de desequilibrio que existe en prostitución. Un hombre en esa situación podría acudir a un/a psicólogo/a, pero la relación de poder que se establece con la prostituta no puede establecerla con el/la psicólogo/a que tiene el estatus de experto/a.

En relación a esto, Yolanda Estes (2001, p. 5) sostiene que encontrar una pareja sexual no es el problema para estos hombres, sino que lo que buscan los hombres que demandan prostitución es un tipo particular de mujer, asociado a la femineidad enfatizada. Las relaciones sexuales pactadas, incluidas las eventuales, implican tiempo y/o cierto esfuerzo: "las parejas sexuales tal vez satisfagan nuestros deseos, pero ellas, normalmente, tienen deseos que satisfacer, también". Por ello, para el demandante, el pago de sexo implica la primacía de sus deseos, su satisfacción y su subjetividad por encima de la mujer en prostitución, a quien no se le reconoce subjetividad.

Además, como se ha destacado, en ese camino de "hacerse hombre" la actividad sexual tiene una importancia central. La prostitución aparece como posibilidad para acceder al cuerpo de las mujeres con fines sexuales siguiendo patrones de sexualidad patriarcales. Esto es, la prostitución es ese escenario donde el hombre no ha de reconocer ni la subjetividad (sexual) de las mujeres ni el deseo de éstas. El dinero es la herramienta por la cual se consigue acceder a cuerpos de mujeres que no les desean, un hecho que fuera de la prostitución sólo se puede conseguir mediante la violencia explícita o la intimidación.

Decía Josep Marqués (1997, p. 19) que "ser varón, en la sociedad patriarcal, es ser importante", es decir, que devenir hombre consiste, en gran medida, en el aprendizaje de la posición que ocupa lo masculino respecto a lo femenino dentro de la jerarquía de género. A través de la prostitución es innegable la importancia que adquiere el demandante no sólo por el tratamiento que recibe de la mujer en situación de prostitución sino porque sin él, la institución de la prostitución en sí misma no existiría.

Por todo ello, hay que hacer hincapié en que la prostitución es una institución antigua que ha de ser historizada y situada en el contexto actual para encontrar el sentido de la misma y su función actual como reestructuradora de masculinidad hegemónica. Esto es, los espacios de prostitución son escenarios donde los hombres pueden representar la masculinidad hegemónica –mediante la instrumentalización de las mujeres– sin cuestionamiento social ni interpelación crítica.

En este escenario la prostitución aparece en la encrucijada entre violencia, sexualidad y lógicas consumistas y economicistas. Para entender esta reconstrucción subjetiva en la encrucijada de estos tres ejes, se propone un acercamiento a los viejos y nuevos imaginarios de legitimación de la demanda de prostitución porque la masculinidad necesita generar discursos e imaginarios que funcionan como dispositivos

legitimadores y, por tanto, justificadores de estas acciones en este determinado contexto social. Así, estos imaginarios de legitimación son útiles para frenar una percepción social negativa hacia la demanda.

5. Viejos y nuevos imaginarios de legitimación de la demanda de prostitución

En el imaginario perviven viejas ideas que, desde un marco proveniente del determinismo biológico, tratan de naturalizar la sexualidad masculina; junto con nuevos marcos de referencia propios de la sociedad de consumo y de la colonización neoliberal de los imaginarios en términos de "libre mercado".

5.1. Viejos marcos de legitimación: "naturaleza sexual masculina"

Como señala Rosa Cobo (2017), las sociedades producen relatos que naturalizan instituciones sociales. La fuente que produce la naturalización principal de la prostitución es la propia facticidad de esta institución, pero también esos mitos que giran en torno a la misma y que transitan entre el cliché del "oficio más antiguo del mundo" y la ontologización de la sexualidad masculina convertida en un impulso irrefrenable. En este apartado nos referiremos a este último asunto, para analizar cómo se construye la representación de la "naturaleza sexual masculina" como legitimadora de la demanda de prostitución.

Para profundizar en este imaginario es fundamental aludir al marco de interpretación de la realidad que parte del determinismo biológico donde los comportamientos de los individuos aparece determinados por factores biológicos (García Dauder y Pérez Sedeño 2017). El determinismo biológico ha tratado de buscar fundamento científico a las desigualdades sociales tanto de género, raciales, étnicas como económicas. En el tema que nos ocupa, es importante destacar como estos discursos han concentrado esfuerzos en naturalizar las diferencias de género.

En referencia a la sexualidad algunas de las hipótesis que manejan autores, fundamentalmente, del campo de la sociobiología han calado en el imaginario sociosexual colectivo. Estas hipótesis afirman que los comportamientos ligados al género, las relaciones sociales y formas de organización han sido genéticamente predeterminadas a través de la adaptación evolutiva del ser humano (Bleier 2001). Autores de este campo, han puesto especial interés en tratar de naturalizar científicamente las diferencias en las actitudes sexuales entre mujeres y hombres, en lo que podemos denominar enfoques androcéntricos, etnocéntricos, heterocentros y patriarcales. El extremo de este enfoque es la naturalización de las agresiones sexuales hacia las mujeres por parte de los hombres, que han sido justificadas por algunos autores como parte del comportamiento "natural" masculino (García Dauder y Pérez Sedeño 2017). En el imaginario sociobiológico se representa la sexualidad masculina como una especie de impulso incontrolable, muy diferenciada de la sexualidad femenina que no se conceptualiza con entidad propia sino como cuerpo pasivo receptor de la sexualidad y los deseos de los hombres. La sexualidad es representada únicamente como sexualidad masculina.

En este imaginario la sexualidad masculina aparece incluso dibujada como una "necesidad". En este sentido, Agnes Heller (1996) explica que los grupos sociales definen "necesidades sociales" –a diferencia de las biológicas– propias de cada grupo de acuerdo a su lugar en la jerarquía social. En este caso, podríamos afirmar que los hombres, en tanto grupo social, definen como "necesidad" la instrumentalización del cuerpo de las mujeres para satisfacer su deseo sexual. Por ello, entender la experiencia de la sexualidad a través de la prostitución como una necesidad o un "impulso" es un atributo del constructo de la norma masculina.

Cabe destacar la diferencia entre necesidades biológicas y las necesidades sociales que más bien se ubican en el ámbito de los deseos. Para explicarlo, es pertinente subrayar la reflexión de Julia O'Connell (2002, p. 90) cuando explica que la

gratificación sexual no es ni una necesidad ni un derecho, sino un deseo atravesado por las relaciones de poder y la construcción de la sexualidad y la normatividad del género. La autora expone que la privación de gratificación sexual no se puede comparar al sufrimiento que produce en las personas la privación de necesidades corporales básicas o la privación de asistencia sanitaria. No existe un imperativo biológico por el cual una persona tenga que tener un número concreto de orgasmos cada día o cada semana. Aunque es cierto que puede ser desagradable no obtener satisfacción sexual (suponiendo que para estas personas no sea deseable la masturbación o no tengan la posibilidad de masturbarse), la autora expone lo siguiente:

El deseo sexual humano se basa en procesos emocionales y cognitivos, tanto como fisiológicos. Si la necesidad de alcanzar el orgasmo fuera una función biológica simple, como el impulso de evacuar los intestinos, difícilmente importaría si la persona con quien se mantienen las relaciones sexuales fuera vieja o joven, hombre o mujer. Del mismo modo, si la falta de contacto sexual plantea una amenaza para la salud, de tal manera que uno necesita la 'asistencia' de una trabajadora sexual, de la misma manera que uno necesita de un/a médico/a o un/a enfermero/a cuando padece otras dolencias: la edad, el género y la raza de la prostituta carecerían de importancia. (O'Connell 2002, p. 90)

De esta forma, si la satisfacción sexual fuese concebida como una "necesidad", como un imperativo determinado por la biología; el género, el físico, la edad, etc. de la persona encargada de satisfacer esta necesidad, no tendría la importancia que adquiere para los hombres que demandan prostitución, que tienden a elegir a las mujeres por su aspecto físico, por su edad y/o en base a estereotipos etnosexuales (Ranea 2016).

5.2. Nuevos marcos de legitimación: neoliberalismo, economicistas y consumistas

Desde hace unas décadas, la prostitución se ha magnificado y adquirido la forma de "industria del sexo". La prostitución se ha reconfigurado en la intersección entre el patriarcado y el capitalismo neoliberal, llegando a convertirse en un gran negocio a escala global (Cobo 2017). Y es aquí donde aparece el marco neoliberal, economicista y consumista que trata de desvincular todo intercambio monetario de la estructura social en la que se produce y que garantiza las condiciones para que ese intercambio siga produciéndose. Es decir, lo desliga de las desigualdades sociales que hacen posible la jerarquía masculina sobre lo femenino que permite que se represente a las mujeres como cuerpos-objeto mercantilizables; y por otro lado, permite la expulsión de miles de mujeres hacia el mercado de la prostitución.

Este marco de legitimación se caracteriza fundamentalmente por tres elementos: la prostitución como ocio masculino; un análisis sin subjetividad (sexual) femenina; y la categoría género aparece despolitizada y, por tanto, se trata de un contrato entre iguales y el demandante de prostitución se convierte en un consumidor o "cliente".

5.2.1. La prostitución como ocio masculino

Como señala Ana de Miguel (2014) los demandantes tienen agencia, no son sujetos pasivos, sino que son sujetos y agentes activos en la reproducción de las relaciones patriarcales. El mercado y la industria de la prostitución proporciona la "oferta", y el demandante de prostitución elige activamente consumir mediante la reproducción de unos mandatos muy claros que tienen que ver con la reafirmación y representación de la masculinidad hegemónica.

No obstante, los marcos consumistas sirven para diluir la responsabilidad de los consumidores. El consumidor aparece en un abstracto en el que consume porque el mercado le proporciona esa opción de consumo. Así, es posible anular cualquier elemento reflexivo en torno a su responsabilidad o la carga ética de su elección de "consumo".

En la actualidad, la prostitución aparece como una opción de consumo y ocio masculino y la industria del sexo contribuye a normalizar esta percepción. Los espacios de prostitución, y fundamentalmente los clubes de alterne, aparecen como lugares de ocio masculino donde los hombres van solos o en grupo con distintas finalidades como: tomar una copa; seguir o acabar una noche de fiesta; para celebrar una despedida de soltero; para celebrar cumpleaños; para cerrar una reunión o celebrar el cierre de algún trato empresarial; o como gratificación para los trabajadores; etc. El subtexto de estas motivaciones que se ofrecen para acudir a los espacios de prostitución tiene que ver con situarse en espacios masculinos –vetados para las mujeres no vinculadas a la prostitución– donde las mujeres solo tienen un rol instrumental.

Además, hoy en día no se puede obviar el lugar que ocupa la industria como generadora de demanda de prostitución (Beatriz Gimeno, 2018. Ponencia en curso *La prostitución*; ver <http://cursos.feminicidio.net/course/index.php>), esto es, no se puede entender la prostitución sin abordar la industria de la prostitución.⁴ El papel de la industria de la prostitución, como otras industrias, es generar nuevos nichos de mercado para conseguir más demandantes que garanticen el aumento de los beneficios económicos. Así, la industria y la demanda se mueven en un círculo de correspondencia la una con la otra: la industria invierte esfuerzos en generar demanda y la demanda cada vez que paga por servicios de prostitución, genera y nutre a la industria para que ésta siga percibiendo este mercado como altamente rentable. Para la industria todo hombre es un consumidor de prostitución en potencia, es decir, dado que la única característica común que tiene la demanda es que en la mayoría de los casos es masculina, cualquier hombre socializado en la masculinidad es representado como demandante de prostitución potencial.

Si conectamos a la industria con la reconstrucción subjetiva de la masculinidad en los espacios de prostitución algunos ejemplos nos muestran como el marketing de la prostitución favorece esta reconstrucción subjetiva, especialmente en el caso del trabajador precario: no parece casual que los barrios con menor renta per cápita y tradicionalmente asociados como barrios obreros de Madrid, estén impregnados de *flyers* que anuncian pisos donde se ejerce prostitución. Las calles de barrios como Ciudad Lineal, Carabanchel, Vallecas o Villaverde (por citar algunos) se han convertido en paisajes urbanos repletos de estos *flyers*, hasta tal punto que el movimiento vecinal ha impulsado la campaña *No Acepto*⁵ (publicidad de prostitución) para tratar de frenar esta publicidad tan intensiva e intrusiva. Este tipo de publicidad hace más accesible la prostitución, y actúa como elemento facilitador del consumo de prostitución. Ya no es necesario desplazarse, ya no hay que entrar en páginas webs específicas, sino que la prostitución está en tu puerta, en el parabrisas de tu coche o tirada en la calle. Además, en estos barrios de clase trabajadora, donde las mujeres experimentan una gran precariedad, esta publicidad genera una normalización de la prostitución como actividad de supervivencia para las mujeres más precarias o en riesgo de exclusión social.

5.2.2. Se deshace el género de la prostitución

El marco interpretativo consumista trata también de escapar a los análisis críticos con perspectiva de género. Por ello, la prostitución es ficcionada y presentada como una relación contractual entre dos partes que aparecen en el mismo plano social, y por tanto, no condicionadas por el orden de género que ubica a unas en un lado (oferta) y a unos en otro (demanda). Así, dentro de los marcos consumistas pareciera que la igualdad de género se alcanza cuando hay igualdad de consumo, esto es, la

⁴ La industria de la prostitución es una parte de lo que se conoce a día de hoy como industria del sexo, compuesta también por la industria productora de pornografía hegemónica.

⁵ Esta campaña emerge entre el Asociación de Madres y Padres de Alumnos del Colegio Elfo y asociaciones de vecinos y vecinas del barrio de Quintana de Madrid ante la magnitud del fenómeno de los *flyers* en los alrededores de la calle Alcalá en esta zona. La primera acción de esta campaña consistía en colocar en los coches un cartel con el lema *No acepto publicidad de prostitución* y recoger los *flyers*.

igualdad aparece como un escenario donde las mujeres también consumen prostitución. Obviando de esta manera las relaciones de poder. Consumir prostitución se imagina igual para todos y todas; y se alude a la prostitución masculina para mujeres, como si ésta pudiera ser un fenómeno con las mismas características que la prostitución femenina. Estos marcos que desligan las relaciones de género del poder que las atraviesa y las da forma; son marcos de referencia que despolitizan el género. En este sentido, como explica Beatriz Gimeno (2012) la prostitución heterosexual para mujeres también existe, no obstante, es un fenómeno minoritario que no llena burdeles –ni mucho menos macroburdeles– (Gutiérrez 2016), ni la trata con fines de explotación sexual es significativa; ni el proxenetismo, ni la exposición de los cuerpos es similar. En referencia a la trata de personas adultas y menores con fines de explotación sexual, en Europa un 95% de los casos son mujeres y niñas las víctimas (Eurostat 2015).

Desde la sociología, no se puede realizar una comparación directa porque eso supone que no se está inscribiendo la relación de prostitución en el contexto social desigual en el que se produce. La pregunta clave sería: ¿qué riesgo corre un hombre en prostitución con una “cliente”? ¿Es el mismo que el que corre una mujer en prostitución con un “cliente”?

No se conocen casos de agresiones o violaciones en la prostitución masculina demandada por mujeres; mientras que las agresiones a mujeres que ejercen la prostitución por parte de hombres “clientes” son frecuentes (Gutiérrez 2016). En el caso de la prostitución para mujeres, ésta es posible porque hay una jerarquía económica, por origen, por etnicidad (la blanquitud en el caso de las mujeres turistas sexuales) y, en muchas ocasiones, por edad. No obstante, el orden de género se mantiene. Así, el hecho de que haya mujeres que demanden servicios de prostitución no cambia su posición social en el orden de género (Gimeno 2012, Gutiérrez 2016).

La relación de prostitución es siempre una relación de desigualdad posibilitada en un contexto social fuertemente desigual. Y a través de esta relación de prostitución se confirman y reproducen de manera paradigmática las desigualdades y las relaciones de poder existentes fuera de la prostitución.

5.2.3. La negación de la subjetividad (sexual) femenina

El cuerpo de las mujeres aparece como un cuerpo-máquina en una representación de la corporeidad de las mujeres similar a las representaciones que se realizan en el orden capitalista de la naturaleza: la naturaleza aparece como un instrumento para obtener recursos y materias primas. Como señala Rosa Cobo (citada en Solís 2018) se sigue “en la prostitución de mujeres la lógica extractivista, característica de la fase de capitalismo que vivimos actualmente. Es decir, la lógica de sacar beneficios a toda costa en ausencia de una economía productiva”. El cuerpo de las mujeres es un instrumento en diversos sentidos, uno de ellos, para obtener lucro a través de la satisfacción de deseos sexuales masculinos.

Luisa Posada (2015) argumenta que las mujeres son cuerpo dentro del orden social patriarcal y la prostitución es una de las instituciones sociales dónde se hace más explícita esa asimilación de las mujeres-cuerpo. Las mujeres son cuerpos sin individualidad, ni subjetividad reconocida y por tanto, forman parte de las “idénticas” (Amorós 1987).

Así, las mujeres son cuerpos sin subjetividad y es por esto, que la sexualidad –como parte de la subjetividad– es negada, y éste es un requisito para que aparezca como vendible. Esto es, para las mujeres la sexualidad aparece como un elemento vendible, que se ha de desvincular necesariamente del cuerpo. La sexualidad lejos de ser conceptualizada como un elemento que nos atraviesa –y en las sociedades contemporáneas como un pilar de definición de la subjetividad– aparece como un objeto disociado del cuerpo de las mujeres.

No obstante, no ocurre lo mismo con la representación de la sexualidad en el caso de los hombres: para los hombres que demandan prostitución la sexualidad aparece pensada, imaginada y ejecutada como imposible de ser desvinculada de su propio cuerpo. Es decir, como hemos analizado en el apartado anterior, la sexualidad masculina se conceptualiza como una "necesidad" fisiológica; como una "necesidad" corporal, y por ello, sería el propio cuerpo masculino quien solicita esa experiencia sexual. Así, las mujeres en el orden simbólico patriarcal son representadas como cuerpo sin subjetividad (sexual) mientras que los hombres son sujetos sexuales.

Por tanto, el planteamiento que conceptualiza la prostitución como "servicios sexuales" niega la subjetividad de la "oferta" y (re)afirma la subjetividad de la demanda. Las mujeres son representadas en tanto cuerpo sin subjetividad, es por esto que es posible el planteamiento de la venta de sexualidad. Porque reconocer subjetividad es reconocer una sexualidad propia que se inscribe en el entramado identitario de ese cuerpo y, por tanto, la sexualidad no sería mercantizable. La sexualidad aparece como un objeto cuando se trata de la sexualidad de quienes se encuentran en situación de desventaja social: en este caso hablamos de las mujeres.

Obviar la jerarquía de género en la definición de la sexualidad y de la corporeidad hace que unas sexualidades se pueden imaginar como mercantilizables, vendibles y consumibles; y por contrapartida, otras puedan imaginarse como "necesidades". Por esto, la prostitución aparece como una institución donde se niega la autonomía y el deseo sexual de las mujeres ofertadas en los espacios de prostitución. Es posible la prostitución en un *continuum* de imágenes patriarcales que no reconocen la entidad propia del deseo sexual femenino. A lo largo de la historia la sexualidad y el deseo sexual de las mujeres ha sido negado y en la prostitución esta negación se observa de forma paradigmática: los hombres pagan por acceder a cuerpos de mujeres que no les desean. Es decir, el poder económico y los privilegios de género les permiten cosificar los cuerpos de las mujeres y negar su subjetividad, su deseo y autonomía sexual.

6. A modo de conclusión

Resignificar la prostitución como una institución masculina y, con ello, como una institución patriarcal, ha sido y sigue siendo un empeño dentro de una parte de la teoría feminista. Éste debería ser también un empeño sociológico. No sólo porque numéricamente la demanda de prostitución es mayor que la oferta; sino porque además, la sociología crítica ha de seguir reflexionando sobre el papel que tienen algunas instituciones en la reproducción de las desigualdades sociales. En este sentido, como se ha expuesto a lo largo del artículo, la prostitución ha adquirido en las sociedades contemporáneas un significado claro como resorte del modelo de masculinidad hegemónica frente a los cambios sociales que han quebrado algunos de los pilares sobre los que se sostenía. Así, los espacios de prostitución aparecen como escenarios de reconstrucción subjetiva de la masculinidad que se niega a reconocer a las mujeres en tanto sujetos.

Referencias

- Alario Gavilán, M., 2017. Pornografía en un patriarcado neoliberal: ¿Una cuestión de deseos individuales? *En*: L. Nuño Gómez y A. de Miguel Álvarez, dirs. (con L. Fernández Montes, coord.), *Elementos para una teoría crítica del sistema prostitucional*. Granada. Comares.
- Alberdi, I., 1977. *¿El fin de la familia?* Barcelona: Bruguera.
- Amorós, C., 1987. Espacio de los iguales, espacio de las idénticas. Notas sobre poder y principio de individuación. *Arbor: Ciencia, pensamiento y cultura*, nº 503–504, pp. 113–128.

- Amorós, C., 1990. Violencia contra las mujeres y pactos patriarcales. *En*: V. Maquieira y C. Sánchez, eds., *Violencia y sociedad patriarcal*. Madrid: Editorial Pablo Iglesias.
- Amuchástegui, A., y Szasz, I., 2007. El pensamiento sobre masculinidades y la diversidad de experiencias de ser hombre en México. *En*: A. Amuchástegui y I. Szasz, eds., *Sucede que me canso de ser hombre: Relatos y reflexiones sobre hombres y masculinidades en México*. Colegio de México.
- Beasley, C., 2008. Rethinking Hegemonic Masculinity in a Globalizing World. *Men and Masculinities* [en línea], 11 (1), pp. 86-103. Disponible en: <https://doi.org/10.1177%2F1097184X08315102> [Con acceso el 24 de septiembre de 2018].
- Beauvoir, S. de, 2005. *El segundo sexo*. Trad.: T. López Pardina. Madrid: Cátedra.
- Beynon, J., 2002. *Masculinities and Culture*. Maidenhead: Open University Press.
- Bleier, R., 2001. Sociobiology, Biological Determinism and Human Behaviour. *En*: M. Wyer et al., eds., *A Reader in Feminist Science Studies. Women, Science and Technology*. Nueva York: Routledge.
- Bourdieu, P., 2000. *La dominación masculina*. Trad.: J. Jordà. Barcelona: Anagrama.
- Brownmiller, S., 1975. *Against our Will. Men, Women and Rape*. London: Penguin Books.
- Centro de Investigaciones Sociológicas, 2009. *Encuesta Nacional de Salud Sexual*. Madrid: CIS.
- Chejter, S., 2011. *Lugar común: la prostitución*. Eudeba / Universidad de Buenos Aires.
- Cobo, R., 2011. *Hacia una nueva política sexual: las mujeres ante la reacción patriarcal*. Madrid: La Catarata.
- Cobo, R., 2017. *La prostitución en el corazón del capitalismo*. Madrid: La Catarata.
- Connell, R.W., 1987. *Gender and Power. Society, the Person and Sexual Politics*. Redwood City, CA: Stanford University Press.
- Connell, R.W., 1995. *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Connell, R.W., 1997. La organización social de la masculinidad. *En*: C. Lomas, ed., *¿Todos los hombres son iguales? Identidades masculinas y cambios sociales*. Barcelona: Paidós.
- Connell, R.W., y Messerschmidt, J.W., 2005. Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept. *Gender & Society* [en línea], 19 (6). Disponible en: <https://doi.org/10.1177%2F0891243205278639> [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- Cortes Generales, 2007. Informe de la ponencia sobre la prostitución en nuestro país, aprobada en sesión de la ponencia de 13 de marzo de 2007. *Boletín Oficial de las Cortes Generales* [en línea], VIII legislatura. Nº 367, de 13 de abril de 2007, pp. 2-46. Disponible en: http://www.congreso.es/public_oficiales/L8/CORT/BOCG/A/CG_A367.PDF [Con acceso el 24 de septiembre de 2018].
- De Miguel, A., 2014. La prostitución de mujeres, una escuela de desigualdad humana. *Dilemata* [en línea], 6 (16), pp. 7-30. Disponible en: <https://tinyurl.com/ybmhadhh> [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].

- Estes, Y., 2001. Moral Reflections on Prostitution. *Essays in Philosophy* [en línea], 2 (2). Disponible en: <https://commons.pacificu.edu/eip/vol2/iss2/10/> [Con acceso el 24 de septiembre de 2018].
- Eurostat, 2015. *Trafficking in Human Beings. 2015 edition* [en línea]. Col.: Statistical working papers. Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea. Disponible en: <https://doi.org/10.2785/512112> [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- García Dauder, S., y Pérez Sedeño, E., 2017. Las "mentiras" científicas sobre las mujeres. Madrid: La Catarata.
- Gil Calvo, E., 2006. *El nuevo sexo débil: los dilemas del varón posmoderno*. Madrid: Temas de Hoy.
- Gil Calvo, E., 2016. ¿Todo mercado? El irresistible ascenso de la competitividad neoliberal. En: *Sociólogos contra el economicismo*. Madrid: La Catarata, pp. 15-34.
- Gimeno, B., 2012. *La prostitución: aportaciones para un debate abierto*. Barcelona: Bellaterra.
- Giner, S., 1988. Prólogo. En: P. Negre i Rigol, *La prostitución popular: relatos de vida. Estudio sociológico biográfico*. Barcelona: Fundació Caixa de Pensions.
- Gómez Suárez, A., Pérez Freire, S., y Verdugo Matés, R.M., 2015. *El putero español: quiénes son y qué buscan los clientes de prostitución*. Madrid: La Catarata.
- Gutiérrez, A., 2016. Las mujeres como consumidoras de sexo en contextos turísticos. En: O. Fernández Álvarez, ed., *Mujeres en riesgo de exclusión social. Una perspectiva transnacional*. Madrid: Ediciones Universitarias McGraw-Hill, pp. 259-269.
- Heckathorn, D., 1997. Respondent-Driven Sampling: A New Approach to the Study of Hidden Populations. *Social Problems* [en línea], 44 (2) pp. 174–199. Disponible en: <https://doi.org/10.2307/3096941> [Con acceso el 24 de septiembre de 2018].
- Heller, A., 1996. *Una revisión de la teoría de las necesidades*. Trad.: A. Rivero Rodríguez. Barcelona: Paidós Ibérica.
- hooks, b., 2004. *The Will to Change. Men, Masculinity, and Love*. Nueva York: Washington Square Press.
- Iglesias, J., y Becerril, D., 2016. La familia. En: J. Iglesias de Ussel, A. Trinidad Requena y R.M. Soriano Miras, eds., *La sociedad desde la sociología: una introducción a la sociología general*. Madrid: Tecnos.
- Instituto Nacional de Estadística y Secretaría del Plan Nacional sobre el Sida, 2003. *Encuesta de salud y hábitos sexuales 2003. Informe general* [en línea]. Madrid: INE. Disponible en: https://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INEPublicacion_C&cid=1259924965002&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayOut&aram1=PYSDetalleGratis [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- Kaufman, M., 1997 Las experiencias contradictorias del poder entre los hombres. En: T. Valdés y J. Olavarría, eds., *Masculinidad/es. Poder y crisis*. Santiago de Chile: Isis Internacional / Flacso, pp. 63-81.
- Marqués, J.V., 1997. Varón y patriarcado. En: T. Valdés y J. Olavarría, eds., *Masculinidad/es. Poder y crisis*. Santiago de Chile: Isis Internacional / Flacso, pp. 17-30.

- Marttila, A.M., 2008. Desiring the "Other": Prostitution Clients on a Transnational Red-Light District in the Border Area of Finland, Estonia and Russia. *Gender, Technology and Development* [en línea], 12 (1), pp. 31-51. Disponible en: <https://doi.org/10.1177/097185240701200104> [Con acceso el 24 de septiembre de 2018].
- Médicos del Mundo, 2016. *Memoria 2016* [en línea]. Madrid: Médicos del Mundo. Disponible en: <http://www.medicosdelmundo.es/memorias/2016/index.php> [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- Messerschmidt, J., 2000. Becoming "Real Men": Adolescent Masculinity Challenges and Sexual Violence. *Men and Masculinities* [en línea], 2 (3) pp. 286-307. Disponible en: <https://doi.org/10.1177%2F1097184X00002003003> [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- Miedzian, M., 1995. *Chicos son, hombres serán, ¿cómo romper los lazos entre masculinidad y violencia?* Madrid: Horas y horas.
- Millett, K., 2010. *Política sexual*. Trad.: A.M. Bravo García. Madrid: Cátedra. (Publicado originalmente en 1969).
- Morgan, D., 2005. Class and Masculinity [en línea]. En: M. Kimmel, J. Hearn y R.W. Connell, eds., *Handbook of Studies on Men and Masculinities*. Londres: Sage. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4135/9781452233833.n10> [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- O'Connell, J., 2002. The Rights and Wrongs of Prostitution. *Hypatia* [en línea], 7 (2). Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/3810752> [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, 2010. *The Globalization of Crime. A Transnational Organized Crime Threat Assessment* (Sales No. E.10.IV.6) [en línea]. Informe. Viena: UNODC. Disponible en: http://www.unodc.org/res/cld/bibliography/the-globalization-of-crime-a-transnational-organized-crime-threat-assessment_html/TOCTA_Report_2010_low_res.pdf [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- Pateman, C., 1995. *El contrato sexual*. Trad.: M.L. Femenías, revisada por M.X. Agra Romero. Barcelona. Anthropos.
- Pease, B., 2000. *Recreating men. Postmodern masculinity politics*. Londres: Sage.
- Posada Kubissa, L., 2015. Las mujeres son cuerpo: reflexiones feministas. *Investigaciones feministas* [en línea], vol. 6, pp. 108-121. Disponible en: http://dx.doi.org/10.5209/rev_INFE.2015.v6.51382 [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- Ranea, B., 2016. Analizando la demanda: relación entre masculinidad hegemónica y prostitución femenina. *Investigaciones feministas* [en línea], 7 (2), 313-330. Disponible en: http://dx.doi.org/10.5209/rev_INFE.2016.v7.n1.50746 [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- Salas Calvo, J.M., y Campos Guadamuz, A., 2004. *Explotación sexual comercial y masculinidad. Un estudio regional cualitativo con hombres de la población general* [en línea]. San José: Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil de la Oficina Internacional del Trabajo. Disponible en: <http://pmayobre.webs.uvigo.es/textos/varios/explotacion.pdf> [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].
- Sau, V., 2000. *Diccionario ideológico feminista*. Barcelona: Icaria.
- Segato, R.L., 2016. *La guerra contra las mujeres* [en línea]. Madrid: Traficantes de sueños. Disponible en:

https://www.traficantes.net/sites/default/files/pdfs/map45_segato_web.pdf
[Con acceso el 19 de septiembre de 2018].

Solís Galván, R., 2018. Entrevista. Rosa Cobo Bedia: "La pornografía es la pedagogía de la prostitución". *Eldiario.es* [en línea], 21 de abril. Disponible en: https://www.eldiario.es/andalucia/5porlaigualdad/fenomeno-creado-abastecer-prostitutas-industria_0_762573913.html [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].

Szil, P., 2004. *Los hombres, la pornografía y la prostitución* [en línea]. Ponencia. Disponible en: <http://szil.info/es/system/files/document/101-hombres-pornografia-prostitucion.pdf> [Con acceso el 19 de septiembre de 2018].

Walter, N., 2010. *Muñecas vivientes. El regreso del sexismo*. Madrid: Turner.