

Índice

Presentación	7
Introducción	13
Capítulo I	21
Diseño de la investigación	21
A) PROBLEMAS Y OBJETIVOS	21
B) DISEÑO METODOLÓGICO	22
1. Tipo de estudio	22
2. Procedimiento general de investigación	23
3. Sujetos de investigación	24
4. Procedimientos, técnicas e instrumentos de recolección de datos	25
4.1. Grupos focales	25
4.2. Entrevista en profundidad	28
4.3. Análisis documental	29
5. Categorías de análisis	29
6. Confiabilidad y validez	30
C) MARCO ÉTICO LEGAL PARA LA INVESTIGACIÓN	30
1. La ética de la investigación cualitativa	35
2. Los límites de la confidencialidad	41
3. Estudios de opinión versus recuperación de experiencias de vida	43
4. El investigador debe respetar los derechos humanos	45
5. Compromiso ético con la problemática	46
Capítulo II	
La Explotación Sexual Comercial en el contexto del patriarcado y la construcción de la sexualidad masculina.	
Algunos aspectos teórico conceptuales	47
A) LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL. ALGUNOS APUNTES	48

B) EL CONTEXTO SIMBÓLICO E IDEOLÓGICO DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL: LA SEXUALIDAD PATRIARCAL	52
1. La Explotación Sexual Comercial, la sexualidad masculina y la desvalorización de lo femenino	54
2. La Explotación Sexual Comercial y la “sobreevaluación masculina”	63
3. Erotización del vínculo de poder	72

Capítulo III

Resultados	79
-------------------------	-----------

A) REVISIÓN DE INVESTIGACIONES O TRABAJOS CON HOMBRES ACERCA DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL	79
B) CARACTERIZACIÓN CUANTITATIVA Y CUALITATIVA DE LOS HOMBRES INVESTIGADOS, POR PAÍS Y POR REGIÓN	82
C) PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	83
1. La Explotación Sexual Comercial y la construcción de la sexualidad masculina	83
1.1. Explotación Sexual Comercial y concepción general de sexualidad	84
1.2. Instancias y formas de socialización. Su relación con la Explotación Sexual Comercial	93
1.3. Representaciones acerca de las mujeres y su relación con la Explotación Sexual Comercial	96
1.4. Representaciones acerca de los hombres y su relación con la Explotación Sexual Comercial	101
1.5. Homofobia	103
2. Comercialización de la sexualidad	105
3. Conceptualización de la persona menor de edad y el cuerpo joven	118
4. Explotación sexual comercial	135

Capítulo IV

Reflexiones Generales	149
------------------------------------	------------

A) LA RACIONALIDAD DE LA MASCULINIDAD PATRIARCAL EN LA BASE DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL: DESCOMPONRIENDO SU LÓGICA	149
B) EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL, EROTISMO, SEXUALIDAD Y PODER EN EL HOMBRE PATRIARCAL	156

C) SEXUALIDAD Y LÓGICA DEL MERCADO COMO MARCO ESTRUCTURAL EXPLICATIVO DE LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL	163
D) LA RUTA CRÍTICA DE LOS HOMBRES HACIA LA EXPLOTACIÓN SEXUAL COMERCIAL	169
E) UNA METODOLOGÍA QUE SE AJUSTE A LA LÓGICA MASCULINA DE PRODUCCIÓN DISCURSIVA	180

Capítulo V

Recomendaciones para prevenir la Explotación Sexual

Comercial con la población masculina	185
A) EN EL CORTO PLAZO	186
B) EN EL MEDIANO PLAZO	190
C) EN EL LARGO PLAZO	192

Bibliografía	193
---------------------------	------------

Anexos

Anexo No. 1

GUÍAS DE DISCUSIÓN DEL GRUPO FOCAL Y DE LA ENTREVISTA	201
---	-----

Anexo No. 2

GLOSARIO	203
----------------	-----