

ÍNDICE

RESUMEN	15
INTRODUCCIÓN	17
SUBVERTIR EL MARCO EN EL ESTUDIO DE LA PROSTITUCIÓN	22
I. METODOLOGÍA	33
1.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	33
1.2 OBJETIVOS	33
1.3 SOCIOLOGÍA DE GÉNERO E INVESTIGACIÓN FEMINISTA	34
1.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD	36
1.5 ANÁLISIS DEL DISCURSO	37
1.6 PROCESO DE BÚSQUEDA DE ENTREVISTADOS	40
1.6.1 Entrevistas en profundidad realizadas	47
1.7 ENCRUCIJADAS DE GÉNERO EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA CON EN-	
TREVISTAS	49
II. PROSTITUCIÓN Y ESTRUCTURA SOCIAL EN LA ESPAÑA	
CONTEMPORÁNEA	61
2.1 ESTRUCTURA SOCIAL Y PROSTITUCIÓN	62
2.1.1 Dimensión patriarcal: el género de la prostitución	67
2.1.1.1 Dimensión patriarcal simbólica	75
2.1.2 Dimensión capitalista: la clase de la prostitución y el surgimiento	
de la “industria”	78
2.1.2.1 La “industria del sexo”: nuevos (viejos) nichos de mercado	
2.1.3 Dimensión colonial: geopolítica de la prostitución	82
2.2 LA TRATA DE MUJERES Y NIÑAS CON FINES DE EXPLOTACIÓN SEXUAL:	
INTERSECCIONES ENTRE PATRIARCADO, CAPITALISMO Y COLONIALISMO	88

2.3 EL CONTEXTO JURÍDICO DE LA PROSTITUCIÓN EN EL ESTADO ESPAÑOL ..	93
III. LA CONSTRUCCIÓN DE LA MASCULINIDAD EN RELACIÓN A LA PROSTITUCIÓN FEMENINA	97
3.1 LOS ESTUDIOS DE LA MASCULINIDAD: ¿EPISTEMOLOGÍAS DESDE EL PRIVILEGIO?	98
3.1.1 Aportaciones conceptuales desde los Men's Studies: masculinidad hegemónica y feminidad enfatizada	100
3.2 HACERSE HOMBRE: SOCIALIZACIÓN DIFERENCIAL Y MASCULINIDAD	106
3.2.1 Eje vertical: la construcción de la masculinidad frente a la "otra"	108
3.2.1.1 Heterosexualidad obligatoria	110
3.2.2 Eje horizontal: homosocialidad y confraternización	114
3.3 DESESTABILIZACIÓN DE LA MASCULINIDAD HEGEMÓNICA: REACCIÓN PATRIARCAL Y RECONSTRUCCIÓN SUBJETIVA EN LOS CONTEXTOS DE PROSTITUCIÓN	118
3.3.1 Identidad ligada al trabajo, el éxito laboral y al rol de proveedor familiar	120
3.3.2 Identidad ligada a la autoridad del páter familias y a la familia patriarcal	121
3.3.3 Identidad ligada al ejercicio de la violencia o a la amenaza de la utilización de la misma	124
3.3.4 Identidad ligada a la actividad sexual	126
3.3.5 Identidad ligada al consumo y la economización de la experiencia	130
3.3.6 Reconstrucción subjetiva masculina en los espacios de prostitución	132
IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS: ANÁLISIS DE LAS ENTREVISTAS	135
4.1 PERFILES BÁSICOS DE LOS ENTREVISTADOS	136
4.2 MASCULINIZARSE: APRENDIZAJES SOCIOSEXUALES EN LA INFANCIA Y ADOLESCENCIA	153
4.2.1 El tabú de la sexualidad en el ámbito familiar	154
4.2.2 La escuela como agente regulador de la masculinidad	156
4.2.3 La pornografía como socializadora y constructora de imaginario sociosexual	160
4.3 DEVENIR PUTERO: MOTIVACIONES PARA ACUDIR A LA PROSTITUCIÓN POR PRIMERA VEZ	165
4.4 EL EJE ESPACIO-TEMPORAL SOBRE EL QUE SE ARTICULA LA EXPERIENCIA EN PROSTITUCIÓN	171
4.4.1 El continuum de la masculinidad prostituyente: tipologías según la frecuencia del consumo de prostitución	172
4.4.2 El espacio como elemento estructurante del consumo de prostitución	180
4.4.2.1 Contacto con las mujeres en prostitución según espacio	182
4.4.2.2 Calle	184

4.4.2.3 Pisos	187
4.4.2.4 Salones de masaje erótico	191
4.4.2.5 Clubs de alterne	192
4.4.2.5.1 El club de alterne en la socialización masculina	196
4.4.2.5.1.1 El club como paraíso masculino	196
4.4.2.5.1.2 El simulacro del alterne dentro del club	198
4.4.2.5.1.3 La propuesta de acudir al club como lo “normal” entre hombres	200
4.4.2.5.1.4 Espacios de exclusión de las mujeres no vincu- ladas a la prostitución	202
4.4.2.5.1.5 La “distinción” entre demandantes de prostitución	203
4.4.2.5.2 Corporativismo masculino en el prostíbulo	203
4.4.2.6 Geopolítica de la masculinidad prostituyente	205
4.5 MARCOS DE ORGANIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA EN PROSTITUCIÓN: (RE) CONSTRUCCIONES DEL ORDEN DE GÉNERO PATRIARCAL	207
4.5.1 El consumo de hiperfeminidad	212
4.5.1.1 La performance de la prostituta y el consumo del simulacro	214
4.5.1.1.1 La complacencia y el “disfrute” sexual de las mujeres prostituidas	219
4.5.1.1.2 “Malas experiencias”: fallos en el simulacro	222
4.5.1.1.3 La conciencia sobre la irrealidad del simulacro	225
4.5.1.2 Mujeres sin límites	226
4.5.1.2.1 La prostitución como un espacio sin frustraciones para los hombres	237
4.5.1.3 Mujeres de sustitución	240
4.5.1.4 La mujer como cuidadora (emocional) del hombre	245
4.5.2 La mujer como cuerpo-objeto de deseo de la mirada masculina ...	251
4.5.3 Narrativas en torno al colonialismo sexual: la erotización de la “otra”	258
4.5.4 Identidad masculina ligada a la “naturaleza” sexual	268
4.5.4.1 El mito de la abundancia sexual femenina	276
4.5.4.2 La “normalidad” falocéntrica	278
4.5.4.3 La masculinidad como riesgo (sexual)	282
4.5.5 La prostitución como rito de transición a la vida adulta	288
4.5.6 “Ir de putas” como práctica grupal masculina	291
4.5.6.1 Torbe: referente mediático que actúa como legitimador del consumo de prostitución	299
4.5.6.2 Las comunidades virtuales de confraternización masculina .	313
4.5.6.3 El secreto de la masculinidad prostituyente	322

4.5.7 Consumismo sexual y economización de la experiencia	335
4.5.8 La banalidad del mal: irresponsabilidad masculina frente a la explotación sexual	347
4.5.8.1 Lugares para la no-empatía	358
	359
V. CONCLUSIONES	359
5.1 MASCULINIDAD HEGEMÓNICA Y PROYECCIONES DE HIPERFEMINIDAD EN LOS ESPACIOS DE PROSTITUCIÓN	360
5.2 FACTORES DESENCADENANTES DEL CONSUMO DE PROSTITUCIÓN	363
5.3 ESPACIO Y TIEMPO COMO CATEGORÍAS CENTRALES PARA COMPRENDER LAS PRÁCTICAS DE LOS HOMBRES QUE DEMANDAN PROSTITUCIÓN	366
5.4 ENMARCANDO LA EXPERIENCIA PROSTITUYENTE	367
5.5 FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN	371
 BIBLIOGRAFÍA	 373
 ANEXOS	 401
GUION DE LA ENTREVISTA	401