

Cómo citar este trabajo: Majuelos Martínez, F. (2020). Retóricas en el espacio público sobre el cliente de sexo de pago: Alianzas en torno a la trata de seres humanos *Revista del Laboratorio Iberoamericano para el Estudio Sociohistórico de las Sexualidades*, 04, art. 04, 72–89. <https://doi.org/10.46661/relies.4802>

Retóricas en el espacio público sobre el cliente de sexo de pago: Alianzas en torno a la trata de seres humanos

Rhetoric in the public space about the paid sex client: Alliances around human trafficking

Francisco Majuelos Martínez

Laboratorio de Antropología Social y Cultural, Universidad de Almería.

pacomajuelos@telefonica.net

ORCID: 0000-0002-3151-5184

Resumen

El presente texto pretende una aproximación al cliente masculino del sexo de pago y a las retóricas que se despliegan en el espacio público, acerca de su relevancia respecto de la trata de seres humanos, en el contexto sociocultural y político español. La metodología empleada se basa en el análisis crítico de fuentes secundarias, estudios e investigaciones científicas de carácter empírico que se han venido publicando en España en los últimos años, así como otros recursos documentales. Los resultados obtenidos revelan, en primer lugar, las dificultades para caracterizar de forma diferencial al cliente respecto del resto de la población masculina. En segundo término, se exponen algunas evidencias de una retórica criminalizadora de los clientes, en un contexto general de penalización del trabajo sexual, en base a opciones ideológicas o morales. En tercer término, se muestran algunos vectores que operan en la inserción del cliente en la trama retórica que construye el victimario de la trata. Las conclusiones del trabajo apuntan a la dificultad de una caracterización de la figura del cliente del sexo de pago mientras el trabajo sexual se conciba dentro del paradigma de la desviación. Su carácter victimario respecto de la trata responde a razones ideológicas o morales y desenfoca su papel en relación con la acción contra la trata de seres humanos.

Palabras clave: clientes, espacio público, trabajo sexual, trata de seres humanos

Recepción: 05.06.2020

Aceptación: 02.12.2020

Publicación: 02.12.2020



Este trabajo se publica bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.

Abstract

This text tries to approach the male client of the paid sex and the rhetoric that are expressed in the public space, about its relevance to trafficking in persons, in the Spanish sociocultural and political context. The methodology used is based on the critical analysis of secondary sources, empirical scientific studies and research that have been published in Spain in recent years, as well as other documentary resources. The results obtained reveal, first, the difficulties in characterizing the client differentially with respect to the rest of the male population. Secondly, some evidence of a criminalizing rhetoric of clients is exposed, in a general context of criminalization of sex work, based on ideological or moral options. Thirdly, some vectors, which operate in the insertion of the client in the rhetorical plot that makes him responsible for human trafficking, are shown. The conclusions of the work point to the difficulty of characterizing the figure of the client of paid sex, while sex work remains within the paradigm of deviant behavior. Holding him responsible for trafficking responds to ideological or moral reasons, and blurs its role in relation to action against human trafficking.

Key words: clients, public space, sex work, human trafficking.

1 Introducción

El tratamiento del cliente masculino del (hetero)sexo de pago en la literatura científica o académica resulta paradójico. Si bien se trata de una figura imprescindible para que tenga lugar el intercambio comercial, su aparición en los informes de investigación ha sido reciente, especialmente si lo comparamos con el de la trabajadora sexual, objeto habitual en cualquier estudio sobre prostitución¹ y desde múltiples puntos de vista. Las razones para ello son de distinta naturaleza, si bien, y siguiendo a Dolores Juliano (2002), podemos apuntar a la escasa trascendencia moral secularmente atribuida por el imaginario social al comportamiento sexual masculino en contraste con el femenino. Y el hecho de que podamos señalar con Gail Pheterson (2000) que el estigma de innobleza masculina fue históricamente asignada tanto a las figuras del chulo como del hombre que compraba sexo comercial, esto no se transformó en una presencia del cliente como objeto de investigación académica sino hasta los albores del presente siglo. Esta mirada selectiva hacia el sexo masculino se ha prolongado a través de figuras presentes en diferentes fenómenos, como el tráfico o la trata de personas, o la explotación sexual de mujeres. Desde el traficante, el proxeneta o el tratante, hasta eclosionar propiamente en los clientes, cuya estela, bajo diferentes asignaciones – putero, prostituidor, proxeneta..., etc.– y significados, abordaremos más adelante en este texto.

El presente trabajo se aproxima, precisamente, a la figura del cliente masculino del sexo comercial, así como a las retóricas que han acompañado su caracterización en la construcción del imaginario social, en el contexto sociocultural y político español. Retóricas que han convertido a las trabajadoras sexuales en víctimas indefectibles del tráfico, la trata o la explotación sexual², y han señalado a los clientes como sus agentes necesarios.

Abordaré estas cuestiones respondiendo, a su vez, a tres preguntas:

- a) ¿Quiénes son y qué compran los clientes del sexo de pago? O de otra forma: ¿es posible construir una categoría analítica en ciencias sociales en torno a este actor?
- b) ¿Qué retóricas circulan en torno al cliente de la prostitución y cómo se articulan en relación con la trata?
- c) ¿Qué papel puede desempeñar el cliente con relación a la persecución de la trata? ¿Qué alianzas son posibles?

2 Algunas puntualizaciones epistemológicas y metodológicas

El presente trabajo destila, en parte, de más 20 años en contacto con diferentes ámbitos donde se despliega el trabajo sexual. Los diez primeros como mediador y los diez últimos realizando investigación empírica, de carácter etnográfico, algunos de cuyos resultados serán aportados a este texto.

El abordaje de mis investigaciones parte de una concepción constructivista de la realidad social (Berger y Luckmann, 2006), se apoya en el interaccionismo simbólico (Blumer, 1982) y adopta algunas premisas de la etnometodología (Garfinkel, 2006), particularmente aquella que considera a las personas que participan en la investigación como seres autónomos capaces de interpretar la

¹ En el presente trabajo, usaré de forma indiferenciada los términos trabajadora sexual y prostituta, así como sus respectivos derivados, ya que ambas expresiones conviven en el espacio público, no obstante, de su diferencial carga simbólica, objeto de controversias que no serán abordadas en este artículo.

² La conceptualización de estas tres figuras se hace en este texto de acuerdo a su tipificación en el Código Penal español (Jefatura del Estado, 2015): art. 177b (trata de seres humanos), art. 187 (explotación sexual) y art. 318b (tráfico de personas).

realidad social en la que construyen sus historias vitales. En otro sentido, trato de orbsevar la prescripción weberiana de mantener los juicios morales fuera del objeto de la investigación (Weber, 2009), tal como predica el relativismo metodológico (Díaz de Rada, 2010).

Concordante con estos criterios epistemológicos, construyo mis investigaciones mediante métodos cualitativos propios de la etnografía multisituada (Marcus, 2001). Así, algunos de los resultados que vuelco en este trabajo proceden de materiales emic obtenidos durante más de diez años haciendo trabajo de campo en distintas comarcas de la provincia de Almería, o los cinturones urbanos de Granada o Valencia, entre otros. Trabajo de campo que me ha permitido obtener numerosas entrevistas narrativas (Kvale, 2011) y un número inconmensurable de conversaciones informales con diferentes agentes implicados en el sexo comercial. Igualmente, me permitió una profusa observación participante en más de cien espacios de variada configuración en los que mujeres ofrecen sexo comercial a sus clientes masculinos. También empleo métodos propios de la antropología visual que facilitan el análisis de cartelería, anuncios en prensa o publicidad portable de pequeño formato.

Para el presente artículo, apporto resultados obtenidos de la revisión de fuentes secundarias diversas, de investigaciones empíricas, propias y ajenas, que han tenido por objeto el trabajo sexual u otros diferentes fenómenos sociales contingentes a él. En particular, tomo aportes de trabajos que han analizado el tratamiento mediático del sexo comercial, la explotación sexual o la trata de seres humanos, así como diferentes campañas institucionales al respecto, que han venido configurando el imaginario social emergente en torno al trabajo sexual o a los diferentes agentes implicados en él.

3 Sobre el cliente masculino del sexo de pago

Tratando de responder a la primera de las preguntas que avancé más arriba en este texto, ¿quiénes son y qué compran los clientes³ del sexo de pago? Presento aquí un acercamiento a esta figura, bien entendido que se trata de clientes masculinos, de mujeres que ejercen el trabajo sexual, que ofrecen sus servicios cara a cara y donde el contacto carnal íntimo es una opción posible aunque no necesaria, como después veremos⁴. Se ha de precisar también que la mirada va dirigida a un segmento del comercio sexual que se puede denominar convencional, es decir, el que se realiza en la calle, en pisos de contactos, en casas de citas o en clubes y bares de copas de diferente configuración, quedando excluido el sector de las llamadas 'scorts' de lujo.

Como advertí más arriba, los estudios de carácter científico o académico en torno a la figura específica del cliente son relativamente recientes, tanto a nivel internacional como en el ámbito español. Si bien, en el caso de aquéllos, encontramos valiosas aportaciones desde el punto de vista empírico (Bouamama, 2004; Farley et al., 2009; Farley et al., 2011; Huschke & Schubotz, 2016; Legardinier y Bouamama, 2006; Xantidis & McCabe, 2000), me centraré en los aportes específicos

³ El término 'cliente' no es unívoco. El cliente del sexo de pago designa a una persona que compra servicios sexuales con más o menos frecuencia. Pero también las trabajadoras sexuales suelen referirse a ellos como 'mi cliente' para referirse a un hombre que contrata sus servicios de manera habitual, o los dueños de establecimientos, donde trabajan esas mujeres, se refieren con esa denominación a quienes acuden al local con más o menos asiduidad, independientemente de que consuman servicios sexuales o sólo tomen una copa para pasar un rato o ver un espectáculo.

⁴ Por similares razones que señalo en la nota nº 2, usaré de manera indiferenciada el concepto de prostitución y el de sexo comercial, sexo de pago, etc. Si bien, como señala Laura M. Agustín (2004: 28), "lo que existe no es 'la prostitución' sino un montón de trabajos sexuales", el concepto de trabajo sexual que se considera en este texto se aproxima a la definición que el Diccionario de la lengua española (Real Academia Española, 2019) da de prostitución, "actividad de quien mantiene relaciones sexuales a cambio de dinero".

referidos al contexto sociocultural español, habida cuenta de la dificultad de trasladar resultados entre marcos socioculturales, normativos o políticos tan dispares. En general, las investigaciones que tratan sobre el cliente, bien de manera específica o como parte de trabajos más generales sobre prostitución, suelen incorporar un enfoque taxonómico, tratando de obtener perfiles de los diferentes tipos de clientes, con un marcado interés clasificador y mediante criterios dispares: los factores motivacionales para adquirir sexo comercial (López y Baringo, 2006; Meneses, 2010), actitudes observables respecto a la consideración que tienen de las trabajadoras (Solana, 2003), los paradigmas discursivo de los clientes en torno a diferentes cuestiones relacionadas con la prostitución (Gómez y Pérez, 2009; Gómez y otros, 2015; Meneses, Uroz y Rua, 2018), etc. En cualquier caso, ninguno de estos trabajos e investigaciones permite establecer caracterización alguna de los clientes como grupo separado de aquellos que no acceden a servicios sexuales de pago.

En este sentido, algunas investigaciones de carácter etnográfico apuntan explícitamente en esta línea. Así José López Riopedre se refiere a esta cuestión cuando afirma que “las propias trabajadoras sexuales inciden reiteradamente en el hecho de que sus clientes son personas normales, de ahí que cualquier intento de encasillamiento en sus múltiples facetas esté previamente condenado al fracaso” (López Riopedre, 2010: 279).

En parecida dirección se pronuncian Majuelos, Arjona y Checa (2019) quienes analizan a los clientes del sexo de pago bajo tres aspectos, y cuyas conclusiones al respecto resumo aquí:

“En cuanto a su perfil sociodemográfico, no se ha obtenido configuración colectiva que agrupe a los clientes del sexo de pago, ya que en los espacios donde se ofertan ese tipo de servicios se pueden encontrar personas de todas las edades, de distinto estado civil, de cualquier estatus social, de diferente nivel de formación, de dispar capacidad adquisitiva, de disímiles dedicaciones profesionales o de distintos orígenes nacionales. De tal manera que no se han podido establecer divisorias específicas que asignen a los clientes a un determinado grupo social que lo distinga del resto de la población masculina” (...)

“En relación a su determinación psicosocial, tampoco se ha encontrado ningún patrón particular que marque a los hombres que consumen sexo comercial. Ya que, en lo que respecta a sus actitudes y comportamientos, lo que desvelan los relatos de los diferentes agentes presentes en el sector son alusiones dicotómicas, basadas en categorías emic, que dan cuenta de forma muy general de comportamientos, actitudes y mentalidades de todo tipo, sin que pueda trazarse un perfil concreto que caracterice a los hombres que compran servicios sexuales” (...)

“Respecto a sus motivaciones, se puede observar un variado conjunto de propósitos, que se muestran contingentes, borrosos y enormemente entrelazados, que articulan la interacción entre la trabajadora y su cliente en el desarrollo de la relación comercial, sin que pueda establecerse jerarquía alguna ni separación clara entre aquellos. Revelándose el sexo cara a cara, con interacción carnal, solo como una parte o componente de la prestación adquirida, pudiendo en muchos casos estar ausente de ella. No obstante, y solo a efectos expositivos, se han clasificado en cuatro grupos que se reiteran de manera sucinta, a saber: requerimientos de satisfacción sexual; consumo de ocio, tiempo libre y otras formas de sociabilidad ritual; demandas de atención y escucha terapéutica; gestión de identidades o de orientaciones sexuales incapaces de normalizar en sus ámbitos sociales cotidianos” (Majuelos, Arjona y Checa, 2019: 06).

Siguiendo esta línea, llama la atención el escaso aprecio que reciben las opiniones de las propias trabajadoras que comienzan a manifestarse en el ámbito público, algunas de ellas a través de medios de comunicación u opinión, y que abundan en esta consideración que afirma la inespecificidad de las personas que consumen sexo de pago, respecto de las que no lo hacen. Es el

caso de Valérie May. "La prostitución no va a dejar de existir porque los clientes son hombres corrientes, ni monstruos machistas ni seres de luz" (Pérez, 2018). Este tipo de manifestaciones las he escuchado en numerosas ocasiones de boca de trabajadoras con las que he tenido ocasión de conversar o las he entrevistado en algún momento durante mis periodos de trabajo de campo:

"Hay clientes buenos, te juro, hay clientes que te respetan, [que] te tratan con mucho cariño ¿sabes?; hay otros [que] no; otros que... ¡es como una tienda! a una tienda viene gente mala, uno que habla bien, otros ... [que no], es igual, puedes coger de todo, como [en un] taxi, como... [en cualquier lado]" (Farah, trabajadora sexual marroquí) (Majuelos, 2015a: 388).

Insistiendo en esta vía, diversas obras escritas por trabajadoras sexuales, de carácter autobiográfico (Neira, 2012; Peiró, 2009; Tasso, 2004 y 2009; Vip, 2009), están trufadas de numerosos testimonios que complejizan la figura del cliente, la muestran de manera más multidimensional y ponen en evidencia las dificultades de su categorización, mientras se mantenga el trabajo sexual dentro del paradigma de la desviación. Más bien, siguiendo a Majuelos, Arjona y Checa (2019), sería pertinente abordar "la posible categorización analítica del cliente a partir del entramado comercial de ese sector, de acuerdo a como se despliega la economía y el comercio usualmente en nuestro actual contexto político, social y cultural" (Majuelos, Arjona y Checa, 2019: 06). Propuesta esta ya defendida por Ignasi Pons (2004), entre otros.

4 Sobre las retóricas en torno al cliente

Respecto a la segunda pregunta que orienta el presente trabajo, ¿qué retóricas circulan en torno al cliente de la prostitución y cómo se articulan en relación con la trata?, podemos afirmar que sobre esta figura se empieza a hablar de manera abundante, específicamente desde una perspectiva moral y con una acusada orientación ideológica. Orientación que viene de la mano de la creciente influencia que el feminismo abolicionista (Maqueda 2009) ejerce en instituciones públicas y privadas concernidas por el trabajo sexual. Si bien no se trata de orientaciones uniformes, como tampoco son uniformes las posiciones abolicionistas (Rubio, 2008), parece clara la construcción intencional de un relato que ocupa el espacio público, conforma el imaginario social y orienta las políticas públicas desde los diferentes niveles de la administración española. La construcción de este imaginario no podría hacerse, en las sociedades actuales, sin la imprescindible participación de los medios de comunicación y opinión.

"Los medios de comunicación son instrumentos centrales para definir, mediar, hacer avanzar o bloquear los debates. En ellos, se incluyen o excluyen voces, se construyen escenarios y se ofrecen relatos que apoyan o critican ciertas posiciones. Los medios definen patrones de comunicación estereotipados, y a su vez, son capaces de suscitar un desplazamiento de las representaciones convencionales y hegemónicas" (Fernández-Romero y Simón-Carrasco, 2019: 162).

Se muestran a continuación algunos procesos relevantes que inciden en el ámbito al que me estoy refiriendo, poniendo de manifiesto cómo operan este tipo de argumentaciones, a fin de poder percibir el alcance de la propuesta del sector más influyente del abolicionismo. Una propuesta que, criminalizando el trabajo sexual, desborda el ámbito laboral, llega a normativizar el comportamiento sexual de las personas e, incluso, preceptúa las propias relaciones afectivas y sociales en el conjunto de la sociedad. Los diferentes procesos, que apunto a continuación, son expuestos de forma separada a efectos analíticos y de exposición, sin embargo, operan de forma intensamente imbricada y solidaria no pudiendo interpretar ninguno de ellos sin considerar su articulación con los restantes. Por otra parte, debemos tener presente que se trata de una operación que ha ido acomodando sus contenidos desde finales del siglo XX hasta la actualidad, aunque su morfología haya mantenido una cierta coherencia y continuidad.

4.1 La criminalización del trabajo sexual

Cabe señalar que cualquier respuesta acerca de la cuestión que nos ocupa no puede dejar de considerar el contexto criminalizador en el que se desarrolla el trabajo sexual y que se cierne de múltiples formas sobre el conjunto de los agentes implicados en él, afectando especialmente a las trabajadoras y a su entorno social y laboral, incluidos los clientes. El proceso de criminalización de la prostitución y sus agentes principales, no ha sido ajeno a las orientaciones que han tomado las políticas migratorias que, en diferentes etapas desde finales del siglo XX, se han venido desarrollando por el conjunto de las administraciones españolas. Ello ha hecho emerger diferentes discursos en función del fenómeno en el que se pusiera el acento. Así López Riopedre (2011) aborda la consolidación del discurso de la explotación sexual insertándolo en el binomio tráfico–prostitución, habida cuenta de la abrumadora mayoría de trabajadoras sexuales procedentes de diferentes países, a menudo ajenos a la Unión Europea, que emprendieron su proyecto migratorio hasta el territorio español desde finales del siglo XX.

Binomio que parece haber mutado en los últimos años al de trata–clientes, una nueva resignificación en virtud de la cual cualquier agente relacionado con el trabajo sexual se transforma en victimario de la mujer tratada, en particular el hombre que consume sexo de pago. Figura convertida en objeto de persecución administrativa, a través de las ordenanzas municipales, sanción penal en aplicación de la llamada ley mordaza⁵ (Jefatura del Estado, 2019b), señalamiento moral a través de campañas institucionales y escarnio lingüístico mediante denominaciones como prostituidor, ‘putero’, etc. Terminología que nada añade a la caracterización del cliente del sexo de pago y que muestra un penoso indicativo de la contaminación del mundo académico por el programa abolicionista. Término cuya legitimidad ideológica o moral no se discute aquí, sino su pertinencia como categoría analítica ante la ausencia de fundamento empírico que justifique sus contribuciones al conocimiento de los clientes.

Esta criminalización del trabajo sexual, y en particular de los clientes, está inscrita tanto en el corpus legal que emana de las instituciones estatales españolas, como la ya citada ley mordaza (Jefatura del Estado, 2015), de comunidades autónomas (Presidencia Junta de Andalucía, 2018)⁶ así como de normativas y ordenanzas municipales. Igualmente se manifiesta en las prácticas administrativas en sus diferentes niveles y en ocasiones en la práctica policial. Entre las legislaciones municipales, la del Ayuntamiento de Sevilla (Ayuntamiento de Sevilla, 2011) amerita especialmente, mostrando una carga ideológica y esencialista que la destaca del resto de normativas municipales.

4.2 Victimización de las mujeres que ejercen trabajo sexual

Sin duda, los procesos de victimización son la otra cara del binomio que junto con la criminalización enmarcan el contexto en el que se desarrollan las políticas públicas sobre la trata en el conjunto del Estado español. En primer término, podemos apuntar los diversos ámbitos o fenómenos que inciden en la naturaleza de las relaciones en el trabajo sexual y que operan hacia la configuración de la

⁵ Esta norma estatal tipifica como sanción grave "la solicitud o aceptación por el demandante de servicios sexuales retribuidos en zonas de tránsito público en las proximidades de lugares destinados a su uso por menores, como centros educativos, parques infantiles o espacios de ocio accesibles a menores de edad, o cuando estas conductas, por el lugar en que se realicen, puedan generar un riesgo para la seguridad vial" (Art. 36.11).

⁶ Se trata de una ley que en su artículo 76, considera motivo de sanción "organizar o desarrollar actos culturales, artísticos o lúdicos que, por su carácter sexista o discriminatorio por razón de sexo, vulneren los derechos previstos en esta ley o justifiquen o inciten a la prostitución o a la violencia de género". Norma que puede afectar a derechos fundamentales como la libertad de expresión.

trabajadora como víctima –víctima del chulo, víctima del traficante, víctima del prostituidor–tratante–. Esta nueva forma de estigmatización viene siendo denunciada desde diferentes ámbitos del feminismo menos dogmático, o el de la línea conocida como ‘pro derechos’, dejando en evidencia diversas consideraciones que de forma sistemática suelen asignarse, a veces de manera esencializada, a las trabajadoras sexuales: la ausencia de agencia que se les presupone (Garaizabal, 2007), su infantilización (Doezema, 2004) o su consideración como esclavas que deben ser rescatadas (Wijers, 2004). Desde luego, las recientes polémicas en torno a la legalización de un sindicato de trabajadoras sexuales han puesto de manifiesto el absoluto desprecio por la consideración de las prostitutas como sujeto político, por parte no solo de las instituciones políticas españolas, sino también por buena parte del entramado asociativo concernido por el trabajo sexual, como es buen ejemplo el manifiesto solicitando la ilegalización del sindicato (Redacción Tribuna, 2018). En el fondo de esta posición está la victimización de las mujeres que trabajan en la industria del sexo a las que se les niega capacidad de agencia para gestionar las condiciones de su desempeño, configurándose así una nueva especie de despotismo (feminista) ilustrado que pretende defender a las prostitutas sin contar con ellas. Y como toda víctima requiere de un victimario, se ha encontrado un candidato, el cliente, sobre el que dirigir la culpabilidad. Operación que casa perfectamente con las necesidades teóricas del abolicionismo en su movimiento criminalizador de la prostitución.

4.3 El cliente como chivo expiatorio

Estamos así ante un movimiento que podemos asociar a la lógica del chivo expiatorio. Desde finales del siglo pasado se han producido dos cambios importantes en la configuración del objeto sobre el que recayeron los males del sector. Si en un principio la mujer, la trabajadora sexual, era la responsable de su fatal destino –compartido en diferente medida con el chulo–, a partir de la década de 1990 se produce una generalizada renovación y un notable rejuvenecimiento de la oferta, con la entrada al sector de mujeres procedentes de la inmigración. Este fenómeno cambió, a su vez, el imaginario social dirigiendo su mirada sobre el traficante, para pasar en la actualidad a centrarse en el cliente–prostituidor–tratante. Aunque para ello haya que forzar los argumentos hasta extremos que provocan hilaridad:

“Hemos definido a los proxenetas como aquellos que se lucran con la explotación de las mujeres. En este sentido nos estamos refiriendo a lucro económico, pero si ampliáramos el concepto a quienes obtienen beneficios de la explotación de las mujeres, daríamos también cabida a los prostituidores, diferenciándose así a los que obtienen beneficios económicos frente a los que obtienen beneficio sexual y/o psicológico; por tanto, los prostituidores no dejan de ser proxenetas” (Barahona, 2003: 3).

Motivos de oportunidad o de corrección e interés políticos animan a este cambio, que instaura la coherencia entre el discurso victimista hacia la mujer maltratada, reproduciendo el binomio hombre maltratador–mujer víctima en el ámbito de la trata, sobre el fondo del relato, ampliamente asentado en el feminismo institucional, de la criminalización del trabajo sexual, que orienta las políticas públicas. De tal manera que el cliente se transforma en el chivo expiatorio de la incapacidad de las políticas fundamentadas en el feminismo abolicionista para atajar el problema de la trata o la explotación sexual de las mujeres. Esta imputación de la responsabilidad de la trata sobre el cliente emerge de manera especial en las campañas publicitarias, que de manera regular despliegan en el espacio público diferentes instituciones y entidades privadas. Más adelante me detendré en este aspecto.

4.4 La naturaleza agresiva de la sexualidad que se despliega en el trabajo sexual

El cuarto aspecto a considerar, tiene que ver con el carácter sustancial de la sexualidad que presuntamente se despliega entre la trabajadora y su cliente. Se trata de la consideración del

carácter coito-centrado de la actividad sexual, de la naturaleza agresiva o violenta de la sexualidad masculina, o de lo que se suele definir como la objetualización de la mujer a través de la posesión de su cuerpo:

“Para hablar de prostitución debemos empezar a hacerlo de quien promueve y favorece la existencia de la misma; ¿de quién estamos hablando? Del prostituidor, del mal llamado ‘cliente’ (...) La mujer pierde su esencia de persona desprovista de identidad y se convierte en el receptor de los fluidos sexuales del varón, es decir, en objeto” Barahona (2003: 2).

Como denuncia Cristina Garaizábal (2008), en esta consideración subyace la idea presente en la filosofía abolicionista de que “la sexualidad masculina es esencialmente agresiva y ‘cosifica’ a la mujer y que a través de la prostitución se compran los cuerpos de todas”. Igualmente, las propias trabajadoras sexuales desmienten esta idea, al reconocer comportamientos sexuales muy dispares entre sus clientes; desde los que las tratan con tosquedad hasta aquellos de quienes reciben cariño o les dan placer. Así me lo han referido numerosas trabajadoras que han participado en mis investigaciones (Majuelos, 2015b) y en similares términos se manifiesta López Riopedre (2013).

4.5 La capitulación de los datos empíricos

En quinto lugar, apuntaré a otro factor, bastante extendido, consistente en la capitulación de los datos empíricos ante el filtro ideológico de quienes los manejan. De tal manera que observamos en diversos ámbitos, especialmente en el de la comunicación política, una generalizada desconsideración de los datos e informes disponibles que contradicen los esquemas teóricos de quienes los manejan, cuando no nos encontramos ante una clara manipulación de ellos, producto de la infiltración del ideario abolicionista en el conjunto del tejido institucional y asociativo concernido por el comercio sexual. Sin que no falte, desde luego, una extendida ausencia de crítica en el tratamiento, por parte de buena parte de los medios de información u opinión, de los datos que manejan y publican. Fenómeno que suele alimentar una profusa circularidad en la difusión de informaciones que ofrecen instituciones, portavoces policiales, entidades asistenciales y periodistas. Esto último ha sido especialmente relevante en relación a la criminalización del trabajo sexual, como expresa López Riopedre mediante lo que él llama ‘la maquinaria de propaganda estadística’, al referirse al uso que el abolicionismo hace de determinados informes policiales: “Esto último es recurrente, los ‘expertos’ acuden a los artículos de prensa a modo de fuentes secundarias y estas mismas fuentes citan luego a los ‘expertos’, todo ello en un efecto de retroalimentación infinita que a base de repetirse se consolida” (2011: 23). Especialmente relevante es este fenómeno cuando nos referimos al caso de la trata de seres humanos. También aquí podemos observar un manifiesto desprecio de los datos empíricos, cuando no su ocultación, agregando confusión a la ya escasa fiabilidad de las cifras disponibles. En ocasiones se trata de una falta de diligencia por los profesionales de la información que reiteran términos o datos erróneos, sin apenas contrastar. Un ejemplo sobresaliente e ilustrativo de lo que acabo de expresar fue el caso de El País, en su edición digital (Congostrina, 2017). El artículo venía firmado por Alfonso L. Congostrina y su titular rezaba: “La mitad de las prostitutas de Barcelona son víctimas de la trata”. El artículo hacía alusión a un informe del Ayuntamiento de Barcelona en relación al programa de la agencia para el abordaje integral del trabajo sexual (ABITS). Pues bien, una lectura de tal informe, correspondiente al año 2016 (Ajuntament de Barcelona, S/F), desvela que durante ese año 162 mujeres⁷, entre las que fueron atendidas en las instalaciones de ese servicio, mostraban indicadores de víctimas de trata,

⁷ Ese número, que representaba un 45,63% del total de mujeres contactadas, venía acompañado de la advertencia literal siguiente en el cuerpo del texto: “Este porcentaje se refiere a las mujeres que acudieron a la oficina del SAS a la entrevista de acogida y, por lo tanto, no es un porcentaje extrapolable al conjunto de mujeres que ejercen la prostitución en la ciudad” (Ajuntament de Barcelona, S/F: 16).

de las cuales 42 lo verbalizaron expresamente ellas mismas y sólo 20 casos fueron confirmados por los cuerpos policiales. Este ejemplo es significativo pues se trata de uno de los diarios de mayor prestigio en España, la institución de la que procedía la información es una administración pública relevante y los datos estaban disponibles tras una búsqueda rápida en Internet. Este tipo de ‘errores’ son frecuentes y configuran una forma de comunicar enormemente problemática. El efecto de este tratamiento de la información induce a la igualación estadística entre trata y prostitución, señalando al cliente, en cuanto actor fundamental en la prostitución, como cómplice o co-partícipe del delito que supone la trata de mujeres con fines de explotación sexual.

4.6 La confusión entre trata y prostitución

Un sexto aspecto reseñable se refiere a la interesada confusión conceptual entre prostitución – negación del trabajo sexual como trabajo libremente elegido– y la trata para fines de explotación sexual, confusión que aspira a convertirse en dogma teórico a la vez que imperativo moral. El artículo de Guillermo Altares (2014), en cuyo encabezado aparece el porcentaje mágico que está haciendo fortuna en el ámbito de la comunicación, “La policía española calcula que el 90% de las prostitutas son víctimas de redes de trata”, es un buen ejemplo de lo que trato de decir. Sin embargo, en el cuerpo del artículo podemos leer: “Nadie sabe a ciencia cierta de donde procede el porcentaje del 90%, pero casi todos coinciden en que en muchos casos la prostitución se ha convertido en una nueva forma de esclavitud”. Y en el mismo artículo podemos leer la opinión de APRAMP⁸, a través de su presidenta Rocío Nieto: “Todas las mujeres que están ahí lo hacen obligadas. No es una actividad consentida ni un comercio libre, es un tráfico de seres humanos” (Altares, 2014).

Pero en el intento de equiparar trabajo sexual o prostitución con trata con fines de explotación sexual, la tendencia a exagerar el número de mujeres tratadas no es la única herramienta relevante. Esta equiparación supone una empresa intelectual en la que el abolicionismo ha tenido cierto éxito, al imponer un concepto de trata que incluye la ‘situación de vulnerabilidad’ de la víctima, como bien denuncia José L. Solana:

“El empeño de las abolicionistas actuales por vincular inextricablemente prostitución y trata mediante la definición de esta en función de la existencia de una ‘situación de vulnerabilidad’, aboca a conclusiones absurdas; cabría, incluso, decir que constituye una ‘lógica del delirio’ [...] Además, facilita la criminalización de los flujos migratorios y de las personas de un modo u otro implicadas en ellos” (Solana, 2011: 922).

Situación de vulnerabilidad que se sustancia jurídicamente en el entramado legislativo español (Jefatura del Estado, 2019a; Jefatura del Estado 2019b) y que supone una fuente de confusión además de un auténtico desafío interpretativo, para los diferentes operadores en el ámbito de la justicia. Naturalmente, a estos procesos no son ajenos de los medios de comunicación, tal y como expresan Fernández–Romero y Simón–Carrasco:

“La prostitución empieza por tanto a ser integrada como parte del discurso del combate a la trata con fines de explotación sexual. Primero desde instancias oficiales y entidades no gubernamentales para, poco a poco, transformar el enfoque periodístico radicalmente, convirtiendo en muy extraordinario el hecho de poder encontrar informaciones en las que prostitución y trata no aparezcan relacionadas, mezcladas o fusionadas directamente (2018: 164)”.

⁸ Asociación para la reinserción y atención a la mujer prostituida’, que tiene su sede central en Madrid y posee delegaciones en otras ciudades españolas.

De nuevo nos encontramos ante una confusión conceptual que, al igualar necesariamente prostitución y trata, traspone la figura del cliente re-significándola como explotador sexual que, en el mejor de los casos, se aprovecha de la situación de necesaria 'vulnerabilidad' en que se encuentra toda prostituta.

4.7 Sinecdoquismo conceptual

Finalmente apunto un último aspecto, relacionado con el anterior; se trata de lo que podemos denominar sinecdoquismo conceptual, una operación que orienta el imaginario social como si sólo existiera la trata de personas para fines de explotación sexual, o fuera esta modalidad la única relevante frente a la que se da con otras finalidades. Aunque se mantiene cierta controversia acerca de las cifras reales sobre la trata de seres humanos en sus distintas modalidades, debido entre otras cosas a la heterogeneidad de los criterios de registro de los diferentes países, los datos empiezan a estar disponibles, tanto en el ámbito internacional UNODC (2018), como en lo referente al conjunto del territorio español (Gobierno de España (S/F), mostrando la existencia de trata diferentes propósitos, especialmente con fines de explotación sexual y laboral. Incluso, en los últimos meses comienzan a aparecer noticias que dan cuenta de la existencia de casos de trata con fines diversos más allá de la explotación sexual, como en el ámbito de los cuidados (Sosa, 2019), trabajo agrícola (Agencia EFE, 2020) u otros (López-Fonseca, 2019), no obstante, su presencia en el espacio público sigue pareciendo bastante escasa y un tanto marginal. Pero donde con más profusión podemos apreciar esta cuestión es en el ámbito de las campañas publicitarias que diferentes administraciones, locales, comunidades autónomas o estatales, llevan a cabo periódicamente, en numerosas ocasiones con la colaboración o a iniciativa de diferentes entidades pertenecientes a lo que Laura Agustín llama 'industria del rescate' (Agustín, 2019) o lo que Becker denomina 'empresarios de la moral' (Lamo de Espinosa, 1989). Estas campañas cuyo objetivo implícito pretende disuadir del consumo de sexo de pago, adolecen de una excesiva presencia tanto de los clientes, de nuevo señalados como delincuentes en tanto que, presentados como cómplices, como de las víctimas, mujeres a las que se presenta usualmente revictimizadas, cuando no criminalizadas. Paradójicamente, figuras delictivas como los proxenetes o los traficantes están ausentes en las imágenes y textos que las acompañan (Saiz-Echezarreta, Alvarado y Gómez-Lorenzini, 2018). Y llama la atención que estas instituciones, que patrocinan dichas campañas publicitarias, haya dejado de ser neutrales en un escenario de controversia ideológica y disputa política sobre la que hay un alto grado de disenso, en un asunto como la prostitución que está en un limbo jurídico en España, y que está reconocida como actividad lícita en su modalidad de trabajo autónomo o cooperativo (Poyatos, 2009). Como bien expresan las autoras anteriormente citadas:

“Las instituciones están operando a través de la publicidad desde una posición abolicionista, lo que facilita en la esfera pública una orientación narrativa de la controversia a favor de esta postura, en un momento en que los escenarios institucionales se entrecruzan con otros territorios y remiten a la reproducción de ciertos ordenes sociosexuales y coloniales hegemónicos. Por ello, sería importante no eludir en estas comunicaciones el contexto de la controversia, en particular cuando se mantiene una perspectiva centrada en el juicio moral y la intensidad emotiva, útil a la estrategia de pánico moral que afecta a la construcción de la trata como problema público” (Saiz-Echezarreta, Alvarado y Gómez-Lorenzini, 2018: 36).

Como he apuntado al inicio de este capítulo, este conjunto de procesos se conjuga de manera imbricada y solidaria multiplicando la potencia disruptiva de la maquinaria propagandística del abolicionismo, que ha encontrado en las organizaciones del tercer sector y en las instituciones públicas el más eficiente apoyo de su interesado relato. Y que, cada vez con mayor claridad, configura un proyecto político enormemente problemático, en la medida en que refuerza las políticas punitivas, deja fuera del reconocimiento político al conjunto de las trabajadoras sexuales y, sobre todo, carece del consenso social suficiente para sustanciarse como proyecto social compartido.

5 ¿Qué papel puede desempeñar el cliente en la persecución de la trata? ¿qué alianzas son posibles?

Abordo a continuación la tercera pregunta planteada al final de la 'Introducción'. Como he reflejado en los capítulos anteriores, el debate de la trata se ha convertido en un campo de batalla cenagoso, en el que se mezclan diferentes planos, intereses y debates de carácter ideológico, para desgracia de las trabajadoras, de sus clientes y demás agentes concernidos por esta terrible lacra, incluidos los que tienen que trabajar por combatirla. Pero, sobre todo, y eso es lo más doloroso, para las propias víctimas, sea cual sea la modalidad de bajo la cual se hayan visto afectadas. En ese territorio me he aproximado a diferentes procesos que operan en ese terreno y en diferentes ámbitos: el legal, el de la comunicación política, el administrativo, etc. conformando una urdimbre que ampara el proyecto sociopolítico del abolicionismo y orienta las políticas en el Estado español en relación al trabajo sexual y la trata. Pero que también contamina aspectos como el control de los flujos migratorios, la seguridad ciudadana, la libertad de expresión o las prácticas de sociabilidad en el espacio público. No obstante, todo ello se compadece mal con las evidencias etnográficas que nos remiten a la paradoja que abordó Emilio Lamo de Espinosa (1989). Se trataría de lo que él llamó delitos sin víctima, en los que precisamente la víctima busca al victimario, en el ámbito profesional. Y que se contradice, también en el ámbito privado, con la densa trama de relaciones sociales que las trabajadoras tejen con sus clientes: citas fuera del trabajo, relaciones sentimentales e incluso matrimonios con hijos que perduran con similar solidez al del resto de las uniones establecidas en contextos socio-laborales diferentes:

“Como se puede apreciar de las narrativas de los diferentes agentes, es difícil establecer consideraciones que naturalicen un conflicto esencial, per se, entre las trabajadoras sexuales y sus clientes, en virtud del carácter explotador y de dominio de las relaciones entre ambos tipos de actores; o en términos que puedan llegar hasta la sanción penal, como proponen quienes consideran al cliente, por encima de todo, un maltratador o un proxeneta. Mucho menos se pueden despreciar el cúmulo de relaciones que se construyen entre personas que desarrollan esos roles habitualmente. Dichos nexos forman parte sustancial del modo de abordar su existencia, están presentes en sus rutinas cotidianas y representan opciones libres, viables y oportunas para gestionar sus expectativas vitales” (Majuelos, 2015b: S36/10).

En otro sentido, aquel conjunto de procesos opera en una dirección que deja fuera de su intervención a diferentes agentes concernidos por la trata, particularmente a las trabajadoras, a las que sólo les queda el papel de la delación y la renuncia a su trabajo. En cuanto al cliente, tal y como hemos expuesto en el apartado 4, las retóricas en torno a ese actor lo presentan como una suerte de criminal, victimario, chivo expiatorio, violento, cómplice, explotador o delincuente, en definitiva, como un colaborador necesario para la comisión del delito de trata. Parece evidente que mientras se mantenga esta representación y se traslade al imaginario colectivo su carácter victimario respecto de la mujer en el ámbito del trabajo sexual, difícilmente se podrán establecer lazos de

confianza con el conjunto del sistema de protección contra la trata. Insistir en el carácter desviado del comportamiento de los varones que compran servicios sexuales a mujeres que los ofrecen, de manera libremente pactada, acentúa el estigma sobre ambos agentes e impide el normal desenvolvimiento de las relaciones sociales de ambas figuras, desvía el foco de atención que debiera estar centrado en los responsables del delito. Y pone en el ojo del huracán a los clientes, impidiendo su reconocimiento como sujetos activos cuyo papel podría ser relevante en el combate con esa lacra que supone la trata de seres humanos con fines de explotación sexual, como vengo indicando desde hace unos años. De hecho:

“Los clientes son las personas que por su particular posición en el sector –próximos en el trabajo, con cierto grado de intimidad, sin intereses empresariales y ajenos a la familia de origen– pueden detectar casos de trata, de maltrato o de sobreexplotación de las trabajadoras, sin levantar sospechas de forma directa y sin verse involucrados en hipotéticos conflictos posteriores” (APDHA, 2016).

En esta línea, cabe insistir en el conocimiento y cercanía de los clientes de los contextos donde se desarrolla el trabajo sexual, el nivel de confidencialidad que pueden establecer con las trabajadoras y sus oportunidades para detectar indicadores que ayuden a identificar a las víctimas. A pesar de ello, no conozco campaña institucional alguna que enfoque a los clientes como aliados contra la trata. Algo que sería absolutamente necesario si queremos implicarlos en un sentido más positivo, para que aceptaran sus responsabilidades al respecto y se mostraran colaboradores con los cuerpos de seguridad que trabajan para erradicarla. Tal vez el establecimiento de líneas de comunicación que facilitaran el acceso de los clientes a los cuerpos de seguridad, responsables de la investigación de este tipo de delitos, o con las propias organizaciones no gubernamentales, implicadas en el problema, podría reforzar la participación de la sociedad civil, en línea con la figura del 'Interlocutor Social' creado para incrementar la cooperación entre las fuerzas de seguridad y las entidades sociales concernidas con la trata de seres humanos.

Desde luego, todo ello implicaría abandonar la incriminación de que son objeto, abandonar la perspectiva desviacionista en la caracterización de sus comportamientos, suministrarles información clara y establecer líneas de confianza con el sistema de protección contra la trata. En este sentido se ha orientado una modesta campaña de proximidad de la Asociación Pro Derechos Humanos de Andalucía pidiendo responsabilidad a los hombres que compran sexo de pago y pidiendo respeto por las trabajadoras sexuales (APDHA, S/F) y que puede servir de ejemplo de lo que estoy sugiriendo.

De forma muy novedosa, aunque un tanto tímida, algunos estudios o informes oficiales sobre la trata comienzan a considerar la posibilidad de esta colaboración por parte de los clientes. En esa línea podemos citar el informe auspiciado por la Delegación del Gobierno para la Violencia de Género (Meneses, Uroz y Rúa, 2018) que en sus propuestas de intervención sugieren la realización de campañas destinadas a la población general, a los jóvenes y clientes de la prostitución, señalando que “a los tres grupos se debe ofrecer información neutra, rigurosa y precisa para que si tienen la oportunidad de ayudar a alguna víctima de trata sepan cómo hacerlo” (Meneses, Uroz y Rúa, 2018: 188). No obstante, se trata de excepciones que tienen una influencia muy limitada en el conjunto del espacio público y que, por el momento, no parecen marcar tendencia.

6 A modo de conclusiones

En definitiva, podemos decir que las conclusiones a las que llegan los estudios disponibles nos permiten afirmar que no existe un perfil específico al que adscribir al cliente del sexo comercial, que lo diferencie en el conjunto de la población. Y que las causas y motivaciones para acudir a esos establecimientos son muy diversas, contingentes y borrosas, y donde la interacción carnal puede estar incluida o no entre las prestaciones que se ofertan. En general los clientes buscan espacios de sociabilidad y compañía para el consumo de tiempo, nuevas experiencias sexuales, atención y escucha con cierta garantía de discreción, etc.

No obstante, estos aspectos verificados en diversas investigaciones y documentados en publicaciones científicas, la figura del cliente se está configurando en el espacio público, en el imaginario social, en base a su funcionalidad para el proyecto abolicionista, insistiendo en el carácter desviado de su comportamiento genérico. Estamos ante una ingente maquinaria propagandística instalada en numerosos intersticios de las administraciones públicas, las cuales ejercen una poderosa influencia sobre la opinión pública que los medios de comunicación apenas son capaces de matizar, cuando no la reproducen y refuerzan. La construcción dicotómica cliente–proxeneta/prostituta–tratada que encarna en sendas figuras la dialéctica victimario/víctima en las retóricas sobre la violencia de género, la explotación sexual o la colonización de los cuerpos de la mujer, es una dificultad añadida para el sistema de protección contra la trata. E impide contar con un aliado como el cliente que podría ser fundamental en el combate contra este tipo de delitos y en la mejora de las condiciones en las que desarrollan su desempeño las trabajadoras sexuales. El carácter victimario, que toda esta retórica proyecta en la figura del cliente, es puramente ideológico, moralista y desenfoca su papel en relación a la acción contra la trata de seres humanos.

Bibliografía

- Agencia EFE (2020). Desarticulan una red de trata y explotación laboral y liberan a 61 víctimas. *Diario El Público*, 26 de febrero (Ed. digital). En <https://www.publico.es/sociedad/guardia-civil-desarticulan-red-trata-explotacion-laboral-liberan-61-victimas.html>. Accedido el 11 de abril de 2020.
- Agustín, L. M. (2004). *Trabajar en la industria del sexo, y otros tópicos migratorios*, Gakoa: Donostia-San Sebastián.
- Agustín, L. M. (2009). *Sexo y marginalidad. Emigración, marginalidad e industria del rescate*, Editorial Popular: Madrid.
- Ajuntament de Barcelona (S/F). Informe ABITS 2016. En <https://ajuntament.barcelona.cat/dones/es/recursos-y-actualidad/documentacion/informes-anuales-agencia-abits>. Accedido el 17 de octubre de 2019.
- Altares, G. (2014). El PIB de la esclavitud sexual. *Diario El País*, 8 de julio (Ed. digital). En https://elpais.com/sociedad/2014/07/04/actualidad/1404495394_132206.html. Accedido el 2 de noviembre de 2019.
- APDHA (2016). La figura del cliente como un agente más en la realidad del trabajo sexual. *El Diario.es*, 9 de febrero (Ed. digital). En http://www.eldiario.es/andalucia/APDHA/cliente-agente-realidad-trabajo-sexual_6_482661743.html. Accedido el 8 de abril de 2016.
- APDHA (S/F). *Tú importas en la lucha contra la trata con fines de explotación sexual*. En https://apdha.org/media/Campana_apdha_Cliente.pdf. Accedido el 8 de abril de 2020.
- Ayuntamiento de Sevilla (2011). Ordenanza para luchar contra la prostitución y la trata con fines de explotación sexual en la ciudad de Sevilla. *Boletín Oficial de la provincia de Sevilla* 119: 19–24.
- Barahona, M. J. (2003). Comparecencia 10 de marzo de 2003. Comisión Especial sobre la prostitución. *Cortes Generales. Diario de sesiones del Senado* 428: 1–11.
- Berger, P. L. y Luckmann, T. (2006). *La construcción social de la realidad*, Amorrortu: Buenos Aires.
- Blumer, H. (1982). *El interaccionismo simbólico: perspectiva y método*, Hora: Barcelona.
- Bouamama, S. (2004). *L'homme en question. Le processus du devenir-client de la prostitution*. En <http://www.mouvementdunid.org/IMG/pdf/HommeEnQuestion.pdf>. Accedido el 19 de enero de 2018.
- Congostrina, A. L. (2017). La mitad de las prostitutas de Barcelona son víctimas de trata. *Diario El país*, 24 de Octubre (Ed. digital). En https://elpais.com/ccaa/2017/10/23/catalunya/1508783285_799235.html. Accedido el 15 de octubre de 2019.
- Díaz de Rada, A. (2010). *Cultura, antropología y otras tonterías*, Trotta: Madrid.
- Doezema, J. (2004). ¡A crecer! La infantilización de las mujeres en los debates sobre 'tráfico de mujeres', en Osborne, R. *Trabajador@s del sexo*, Bellaterra: Barcelona: 151–163.
- Real Academia Española (2019). *Diccionario de la lengua española* (en línea). <https://dle.rae.es>. Accedido el 16 de julio de 2019.
- Farley, M., Bindel, J. y Golding, J. M. (2009). *Men who buy sex. Who they buy and what they know*. Eaves: London. Recuperado de: http://www.sm.ee/sites/default/files/content-editors/eesmargid_ja_tegevused/Sooline_vordoiguslikkus/Inimkaubandus_ja_prostitusioon/men_who_buy_sex.pdf. Accedido el 2 de marzo de 2017.

Farley, M., Schuckman, E., Golding, J. M. et al. (2011). Comparing Sex Buyers with Men Who Don't Buy Sex. *Papers, Psychologists for Social Responsibility Annual Meeting*, 2011. Boston, Massachusetts July, 15. En <http://www.prostitutionresearch.com/pdfs/Farleyetal2011ComparingSexBuyers.pdf>. Accedido el 23 de mayo de 2012.

Fernández-Romero, D. y Simón-Carrasco, P. (2019). La información sobre prostitución y trata como escenario de disputa: percepciones de las estrategias de enunciación desde los actores implicados. *Revista Mediterránea de Comunicación* 10(1): 161–172. En <https://www.doi.org/10.14198/MEDCOM2019.10.1.10>. Accedido el 17 de enero de 2010.

Garaizábal, C. (2007). El estigma de la prostitución, en Briz, C. y Garaizábal, C. *La prostitución a debate*, Talasa: Madrid: 43–55.

Garaizábal, C. (2008). El estigma de la prostitución. *Revista Transversales* 10. En <http://www.trasversales.net/t10cg.htm>. Accedido el 5 de abril de 2020.

Garfinkel, H. (2006). *Estudios en etnometodología*, Anthropos: Barcelona.

Gobierno de España (S/F). *Trata de seres humanos en España. Balance estadístico 2014–2018*. <http://www.interior.gob.es/documents/10180/8736571/Balance+2014–2018+de+trata+de+seres+humanos.pdf/ca596cd8–156e–442a–a3d4–25f994fef0c6>. Accedido el 4 de abril de 2020.

Gómez A. y Pérez, S. (2009). *Prostitución: clientes e outros homes*, Edicións Xerais de Galicia: Vigo.

Gómez, A., Pérez, S. y Verdugo, R.M. (2015). *El putero español. Quienes son y qué buscan los clientes de la prostitución*, Los libros de la Catarata: Madrid.

Huschke, S. & Schubotz, D. (2016). Sex, clients, and Christian morals: Paying for sex in Ireland. *Sexualities*19(2): 869–887.

Jefatura del estado (2019a). *Ley Orgánica 10/95 del Código Penal* (actualización a 2 de marzo de 2019). En <https://www.boe.es/buscar/pdf/1995/BOE–A–1995–25444–consolidado.pdf>. Accedido el 4 de abril de 2020.

Jefatura del Estado (2019b). *Ley Orgánica 4/2015, de 30 de marzo, de protección de la seguridad ciudadana* (actualización a 5 de noviembre de 2019). En <https://www.boe.es /buscar/act.php?id=BOE–A–2015–34>. Accedido el 7 de abril de 2020.

Juliano, D. (2002) *La prostitución: el espejo oscuro*, Icaria: Barcelona.

Kvale, S. (2011). *Las entrevistas en Investigación Cualitativa*, Morata: Madrid.

Lamo de Espinosa, E. (1989). *Delitos sin víctima. Orden social y ambivalencia moral*, Alianza: Madrid.

Legardinier, C. y Bouamama, S. (2006). *Clients de la prostitution: motivations et déterminants*. En <http://sisyphe.org/spip.php?article2318>. Accedido el 16 de abril de 2014.

López Riopedre, J. (2010). *Inmigración colombiana y brasileña y prostitución femenina en la ciudad de Lugo: historias de vida de mujeres que ejercen la prostitución en pisos de contactos*. Tesis doctoral. UNED, Madrid.

López Riopedre, J. (2011). La criminalización de la industria del sexo, una apuesta políticamente correcta. *Gazeta de Antropología* 27(2): artículo 24. En <http://www.gazeta-antropologia.es/?cat=162>. Accedido el 16 de octubre de 2011.

López Riopedre, J. (2013). Redescubriendo la dimensión erótico–afectiva del trabajo sexual. En Cairo, H. y Finkel, L. (Coords.), *Actas del XI Congreso Español de Sociología*, Madrid, 10–12 de julio de 2013, Federación Española de Sociología y Universidad Complutense de Madrid: Madrid: 636–645.

- López-Fonseca, O. (2019). La ETT que esclavizó a 600 trabajadores. *Diario El País*, 3 de Octubre (Ed. digital). En https://elpais.com/economia/2019/10/03/actualidad/1570101048_072648.html. Accedido el 11 de abril de 2020.
- López, R. y Baringo, D. (2006). *Nadie va de putas. El hombre y la prostitución femenina*, Edición de los autores: Zaragoza.
- Majuelos, F. (2015a). *Prostitución y sociabilidad. El cliente en perspectiva emic*. Tesis doctoral (Ed. digital, CD-ROM), Universidad de Almería: Almería.
- Majuelos, F. (2015b). Articulaciones sociales y sociables del trabajo sexual. Una aproximación a través de la etnografía. Resultados provisionales. En García Castaño, F.J., Megias, A. y Torres, J. (Eds.), *Actas del VIII Congreso sobre Migraciones Internacionales en España*, Granada, 16–18 de septiembre, Instituto de Migraciones: Granada: S36/3–14.
- Majuelos, F., Arjona Á., y Checa, J. C. (2019). Una contribución crítica, desde la etnografía, a la construcción categorial del cliente masculino del sexo de pago. *Gazeta de Antropología* 35(1): artículo 06. En <https://digibug.ugr.es/handle/10481/58868>. Accedido el 21 de enero de 2020.
- Maqueda, M^a. L. (2009). *Prostitución, feminismos y derecho penal*, Comares: Granada.
- Marcus, G. E. (2001). Etnografía en/del sistema mundo. *Alteridades* 11(22): 111–127.
- Meneses, C. (2010). Factores motivacionales en una muestra de hombres españoles que pagan por servicios sexuales. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría* 107: 393–407. En <http://dialnet.unirioja.es/servlet/ejemplar?codigo=248440>. Accedido el 23 de octubre de 2012.
- Meneses, C., Rua, A. y Uroz, J. (2018). Exploring motives to pay for sexual services from opinions about prostitution. *Revista Internacional de Sociología* 76(2): e091. En <https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.2.17.47>. Accedido el 27 de marzo de 2019.
- Meneses, C., Uroz, J. y Rúa, A. (2018). *Informe Social, en Delegación del Gobierno para la Violencia de Género, Apoyando a las víctimas de trata*. Ministerio de Sanidad Servicios Sociales e Igualdad: Madrid: 3–68.
- Neira, M. (2012). *Una mala mujer. La prostitución al descubierto*, Plataforma Editorial: Barcelona.
- Peiró, J. (2009). *La Sra. Rius de moral distraída*, Comanegra: Barcelona.
- Pérez, Loola (2018). Entrevista a Valérie May. Blog Tribus ocultas. En https://www.lasexta.com/tribus-ocultas/artes/prostitucion-dejar-existir-porque-clientes-son-hombres-corrientes-monstruos-machistas-seres-luz_201801025a5c5c890cf2ae2dfa3bd17e.html. Accedido el 18 de enero de 2018.
- Pheterson, G. (2000). *El prisma de la prostitución*, Talasa: Madrid.
- Pons, I. (2004). Más allá de los moralismos: prostitución y ciencias sociales, en Osborne, R. (ed.), *Trabajador@s del sexo*, Bellaterra: Barcelona: 113–120.
- Poyatos, G. (2009). *La prostitución como trabajo autónomo*, Bosch: Barcelona.
- Presidencia Junta de Andalucía (2018). *Ley 9/2018, de 8 de octubre, de modificación de la Ley 12/2007, de 26 de noviembre, para la promoción de la igualdad de género en Andalucía*. BOJA, 199: 54–86.
- Redacción Tribuna (2018). Manifiesto por la ilegalización del sindicato OTRAS. *Diario El plural.com*, 13 de noviembre. En <https://tribunafeminista.elplural.com/2018/11/manifiesto-por-la-ilegalizacion-del-sindicato-otras/>. Accedido el 12 de abril de 2020.

- Rubio, A. (2008). La teoría abolicionista de la prostitución desde un punto de vista feminista, en Holgado, I. *Prostituciones. Diálogos sobre sexo de pago*, Icaria: Barcelona: 73–94.
- Saiz–Echezarreta, V., Alvarado, M. C. y Gómez–Lorenzini, P. (2018). Incidencia política de las campañas contra la trata: Un relato controvertido. *Comunicar*,55(XXVI): 29–38. En <https://doi.org/10.3916/C55–2018–03>. Accedido el 13 de enero de 2020.
- Solana, J. L. (2003). *Prostitución, tráfico e inmigración de mujeres*, Granada: Comares.
- Sosa, M. (2019). Esclavas nicaragüenses para cuidar ancianos en Logroño. *Diario El País*, 9 de agosto (Ed. digital). En https://elpais.com/sociedad/2019/08/07/actualidad/1565171090_785871.html. Accedido el 3 de abril de 2020.
- Tasso, V. (2004). *Diario de una ninfómana*, Debolsillo: Barcelona.
- Tasso, V. (2012). *Diario de una mujer pública*, Debolsillo: Barcelona.
- UNODC (2018). *Global Report on Trafficking in Persons 2018*, United Nations: New York.
- Vip, P. (2009). *El Blog de Paula*, Edición de la Autora: Barcelona.
- Weber, M. (2009). La ‘objetividad’ del conocimiento en la ciencia social y en la política social, en Abellán, J. (ed.). *Max Weber. La ‘objetividad’ del conocimiento en la ciencia social y en la política social*. Alianza: Madrid: 63–195.
- Wijers, M. (2004). Delincuente, víctima, mal social o mujer trabajadora: perspectivas legales sobre la prostitución, en Osborne, R. *Trabajador@s del sexo*, Bellaterra: Barcelona: 209–221.
- Xantidis, L. & McCabe, M.P. (2000). Personality Characteristics of Male Clients of Female Commercial Sex Workers in Australia. *Archives of Sexual Behavior* 29(2): 165–176.