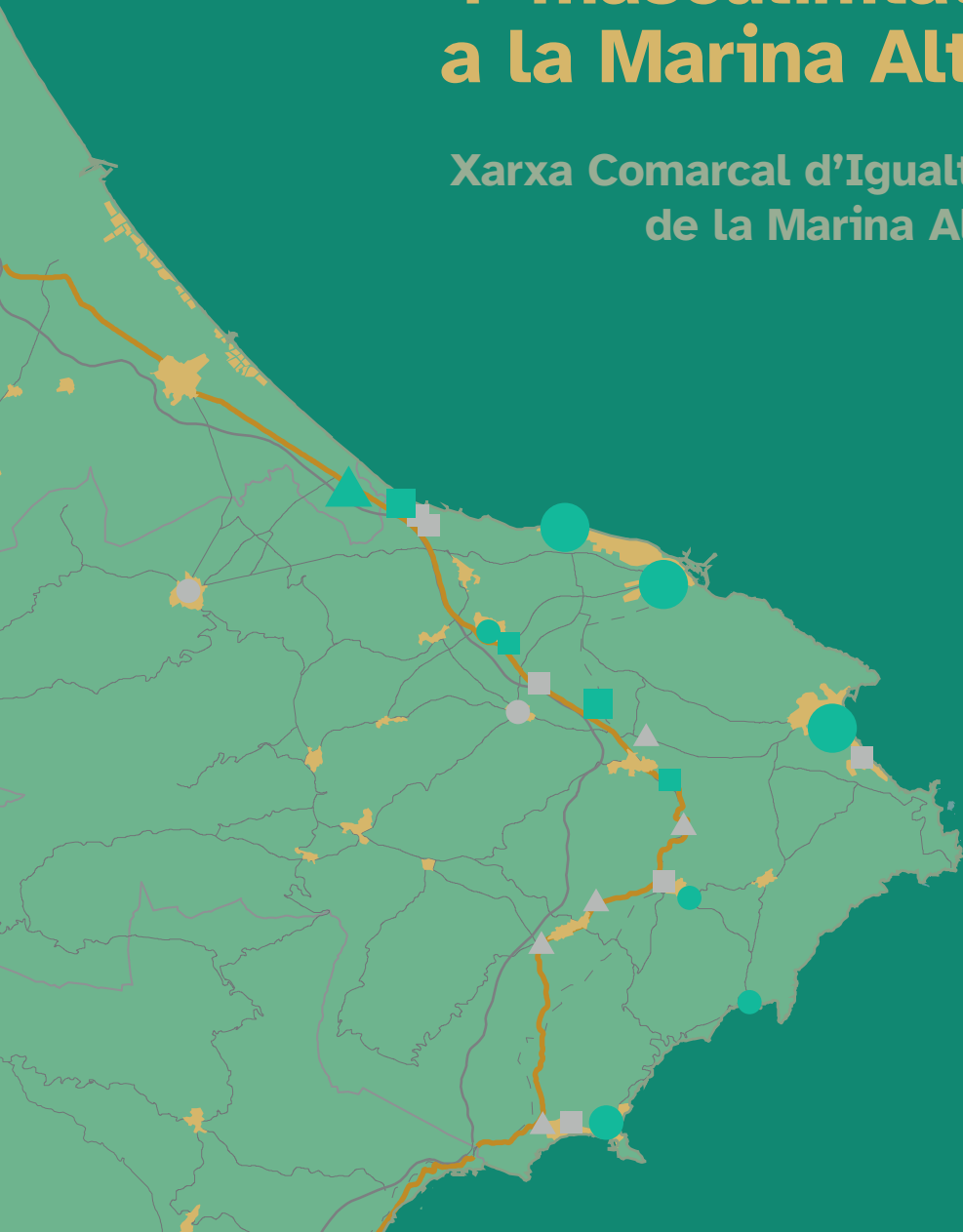


Consum de prostitució i masculinitats a la Marina Alta

Xarxa Comarcal d'Igualtat
de la Marina Alta



Impulsa:

XARXA COMARCAL D'IGUALTAT MARINA ALTA

- Ajuntament de Dénia
- Ajuntament de Teulada-Moraira
- Ajuntament de Benissa
- Ajuntament de Calp
- Ajuntament de Xàbia
- Ajuntament Poble Nou de Benitatxell
- Mancomunitat de Serveis Socials de la Marina Alta

Equip tècnic:



- Hernán Fioravanti Álvarez
- Andrea Ariza Hernández
- Mireia López Nicolás
- Lluís Benlloch Calvo

Data: Octubre de 2022

ISBN: 978-84-09-44788-6



Índex

Introducció: per què estudiar els clients?	11
Metodologia: una aproximació qualitativa	17
Prostitució, clients i masculinitats	25
1. La prostitució: tendències i regulacions	
2. Els clients de prostitució: estudis i perfils	
3. Gènere i masculinitats: els mandats patriarcals	
4. La prostitució i els clients en el context valencià	
Els escenaris de la prostitució a la Marina Alta	47
1. La carretera d'El Verger a Oliva	
2. Els nombrosos clubs de la nacional	
3. Pisos i xalets: una modalitat en creixement	
4. Internet i webs d'anuncis	
El consum de prostitució a la Marina Alta	69
1. El consum: entre allò individual i allò col·lectiu	
2. Àmbits masculins i consum de prostitució: festa, feina i esport	
3. Les comunitats virtuals: els "foros de puteros"	
4. Entre la fanfarroneria i el pacte de silenci masculí	
5. Discursos legitimadors del consum de prostitució	
6. Noves dinàmiques i canvis generacionals	
Conclusions	109
Recomanacions	117
Referències	127

4 Presentació

La Marina Alta és una de les comarques amb més concentració d'espais on es consumeix prostitució del País Valencià. Aquesta informació queda avalada per dos estudis que s'han publicat recentment des de la Universitat de València i des de la Universitat Miguel Hernández d'Elx, els quals revelen que les comarques de la Marina Alta i el Baix Segura constitueixen autèntiques “rutes del sexe” per la quantitat de clubs d'alterne que aglutinen. La vulneració de drets que es dona en aquest fenomen i les qüestions estructurals que la travessen, com la tracta i l'explotació sexual, són d'especial interès pel que respecta a la lluita contra les violències masclistes.

Aquesta realitat ha estat combatuda a la comarca pels moviments feministes i entitats del tercer sector de manera constant, a les quals hem de reconèixer la seua tasca. Actualment, la intervenció en aquest àmbit suposa un deure inajornable per part de l'administració pública.

La creació de la Xarxa Comarcal d'Igualtat Marina Alta va significar un punt d'inflexió a la nostra comarca pel que fa a l'avanç en la lluita de l'administració pública contra les violències masclistes. Constituïda l'any 2020, la Xarxa ha estat impulsada per les entitats municipals de la comarca amb l'objectiu de col·laborar, compartir recursos i elaborar polítiques públiques integrals d'igualtat i prevenció de les violències masclistes. L'erradicació del consum de prostitució és una de les principals línies d'intervenció.

Conscients que la prostitució és un fenomen ample que s'ha d'abordar des de diversos àmbits i formes, la Xarxa té la convicció que les dones en situació de prostitució han de ser el subjecte prioritari de les polítiques públiques. Però, també cal abordar-la des dels clients, en tant que són actors principals. Com assenyalen les recerques i investigacions feministes, els models i comportaments associats a les masculinitats juguen un paper clau en el manteniment i reproducció d'aquesta. Desmuntar masculinitats hegemòniques i còmplices amb les lògiques patriarcals i el pacte de silenci masculí sobre el consum de prostitució permet desnaturalitzar-la i reduir-la. Per això, el treball tècnic i polític de la Xarxa, en aquest sentit, es materialitza i cristal·litza inicialment en una anàlisi qualitativa on s'enceta una aproximació al fenomen des dels homes que paguen per serveis sexuals, els clients, i les pràctiques i rituals col·lectius relacionats amb el consum d'un servei sexual cara a cara.

El present estudi contribueix al desenvolupament de polítiques públiques locals que promouen l'erradicació del consum de prostitució a la comarca, concretament, accions institucionals orientades a intervenir en la construcció de les masculinitats i els mandats patriarcals que subjauen al consum de prostitució. Així com esdevé una eina per avançar i aterrar localment les línies estratègiques del Pacte Valencià contra la Violència de Gènere i Masclista, així com el treball que du a terme el Fòrum Valencià per a l'Abolició de la Prostitució de la Conselleria de Justícia, Interior i Administració pública de la Generalitat Valenciana.

- 6 Els resultats obtinguts, així com la implicació de tots els poders públics i de la societat, són essencials per a continuar fent passes endavant en la consecució dels Drets Humans des d'una perspectiva feminista.

Xarxa Comarcal d'Igualtat Marina Alta

Agraïments

7

A totes les persones que ens han compartit les seues vivències i percepcions sobre el consum de prostitució, una qüestió de la qual no sempre resulta fàcil parlar en primera persona.

Als homes que participaren en les entrevistes, per desobeir el pacte de silenci masculí i prestar-se a compartir les seues experiències amb nosaltres. Perquè atrevir-se a parlar-ne és un primer pas per començar a deconstruir les violències patriarcals que ens travessen.

A les dones que tingueren la generositat de compartir amb nosaltres les seues experiències en l'exercici de la prostitució, fent front a un estigma que sol invisibilitzar les seues realitats i silenciar els seus relats.

Als treballadors i treballadores de clubs, per participar en les entrevistes i resoldre tots els nostres dubtes sobre el funcionament d'aquests locals.

A les tècniques del Programa Alba i la Creu Roja, per atendre'ns amb tanta amabilitat.

També a les tècniques de la Xarxa Comarcal d'Igualtat Marina Alta, per creure en la necessitat d'impulsar aquest estudi, per confiar en nosaltres per a desenvolupar-lo i per deixar-se la pell a l'hora de trobar informants.

Per últim, a totes eixes amigues i amics de la Marina Alta que ens han posat en contacte amb persones disposades

- 8 a parlar en els diferents pobles i municipis de la comarca. Dur a terme el treball de camp d'aquesta recerca ha sigut tot un repte i haguera sigut impossible sense la col·laboració desinteressada de tantes persones que han cregut en la importància d'aquest estudi i s'han esforçat en facilitar-nos contactes.

1

Capítol

Introducció: per què estudiar els clients?

“Com podria la prostitució manejar els milions d’euros que maneja a l’any (...) si no hi haguera consumidors? I per a generar eixe diner no ho pot generar només a soles quatre fadrins o quatre indeseables” (home, 54 anys)¹

Aquesta investigació té com a objectiu obtindre una **millor comprensió del consum de prostitució** femenina per part d’homes, posant l’accent en la relació d’aquest fenomen amb els mandats patriarcals que configuren la construcció social de les masculinitats. L’estudi ha sigut impulsat per la Xarxa Comarcal d’Igualtat Marina Alta, amb la voluntat d’orientar polítiques públiques i accions institucionals que contribuïsquen a **combatre les múltiples desigualtats** que vertebraren l’àmbit de la prostitució. Es tracta, per tant, d’una recerca que posa la mirada en els homes que

¹ Les transcripcions s’han realitzat respectant les formes pròpies de l’oralitat, ja que les maneres locals de parlar i les expressions col·loquials condensen importants marcs de significat i identitat.

12 consumeixen prostitució en el context particular de la comarca de la Marina Alta i en les pràctiques col·lectives homosocials que envolten el consum de serveis sexuals en aquest territori en concret. La pregunta que subjau a aquest estudi no és tant com són els homes que recorren a la prostitució, sinó que ens interroguem, més aviat, per com ho fan, en quins moments i contextos, amb qui ho fan i amb qui ho comparteixen, per què ho fan, com ho conceben i ho justifiquen.

És evident que **les dones que exerceixen han de ser el subjecte prioritari de les polítiques públiques** desenvolupades en l'àmbit de la prostitució. Garantir els seus drets fonamentals, millorar les seues condicions de vida i treball, i trencar amb les desigualtats de gènere, classe i origen que vertebraren la indústria sexual han de ser els horitzons de l'acció pública, però, tanmateix, considerem que existeixen també diferents raons que expliquen la pertinència de dedicar recursos a **estudiar i treballar amb els homes clients:**

- **Actors clau poc estudiats.** Els homes que consumeixen són un dels principals actors dins de l'àmbit de la prostitució i, tanmateix, han sigut els que menys atenció han rebut al llarg del temps. Són actors centrals tant en sentit qualitatiu -sense ells no es pot desenvolupar la prostitució- com quantitatiu -són amb diferència els actors més nombrosos dins d'aquest món-.
- **Anar més enllà dels perfils.** Entre els estudis existents és habitual la categorització dels clients en diferents

perfils d'homes. Els consumidors habituals representen un 6% de la població masculina i els que ho han fet alguna vegada fins al 25-30%, de manera que trobem homes de totes les classes socials, nivells formatius, orígens, pertinences culturals, professions, situacions sexe-afectives i familiars, ideologies polítiques o creences religioses.

- **Trencar amb la monstrualització dels clients.** Els homes que consumeixen prostitució no representen una anomalia o una desviació individual, sinó que són un reflex de les lògiques masculistes que estructuraren les nostres societats patriarcals i que conformen les subjectivitats de tots els homes. No són "quatre indesitjables", sinó que són els nostres amics, parelles, familiars, veïns i companys de feina.
- **Combatre les desigualtats que travessen la prostitució.** Entendre les lògiques socials, els marcs culturals i les pràctiques col·lectives que sostenen, legitimen i naturalitzen el consum de prostitució és el primer pas per a començar a transformar les desigualtats de gènere, classe social i origen que estructuraren el món de la prostitució.

2

Capítol

Metodologia: una aproximació qualitativa

Objectius de la recerca

1. Estudiar les pràctiques i rituals col·lectius a través dels quals els homes de la Marina Alta construeixen i reproduïxen masculinitats hegemòniques.
2. Analitzar les trajectòries de consum de prostitució entre els homes de la Marina Alta i la seua relació amb les pràctiques i rituals esmentats.
3. Identificar els principals mecanismes socials d'iniciació, legitimació i normalització del consum de prostitució entre els homes de la Marina Alta.
4. Establir possibles línies de treball cap al qüestionament i la deconstrucció de les masculinitats hegemòniques i la seua vinculació amb el consum de prostitució en el context de la Marina Alta.

18 Què abordem i què no en aquest estudi?

- Aquest estudi se centra en la **figura dels clients** sense perdre de vista que no es tracta d'una identitat substantiva, sinó més aviat d'una **categoria relacional** que cobra sentit en el marc de les interaccions que es generen a l'àmbit de la prostitució.
- Ens fixem principalment en aquelles pràctiques que impliquen un **servei sexual cara a cara**, sense perdre de vista el paper clau d'internet en la indústria del sexe i les formes de consum de prostitució mediatades per les tecnologies de la informació i la comunicació.
- Ens centrem en la **prostitució femenina consumida per homes**. Deixem la prostitució masculina, ja siga orientada a dones o a homes, fora de l'abast d'aquest estudi, perquè són formes més minoritàries i que responen a lògiques molt diferents.
- No ens interessa tant el moment del consum en si com totes les pràctiques col·lectives que el precedeixen, envolten i doten de sentit. Busquem comprendre com, en quins contextos, per què i amb qui ho fan, perquè concebem el consum de prostitució com un ritual grupal masculí vinculat a l'homosocialitat i a la construcció de masculinitats patriarcals.
- Busquem una aproximació equilibrada als clients, sense caracteritzar-los de forma estereotipada i criminalitzadora, ni tampoc justificant les seues pràctiques des d'una suposada asèpsia ètica (Sánchez,

2019). És per això que utilitzarem els termes de “clients” o “homes que consumeixen prostitució” enlloc d'altres amb una major càrrega valorativa.

19

Tècniques de recerca

1. Entrevistes en profunditat amb diferents actors

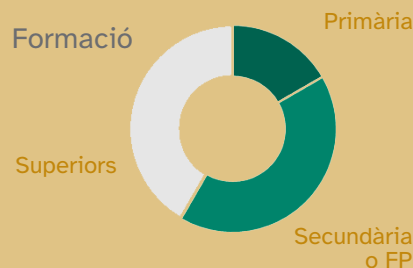
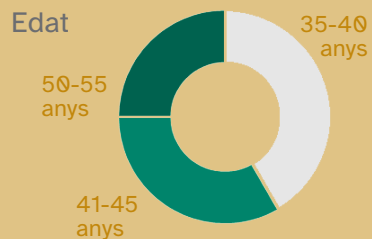
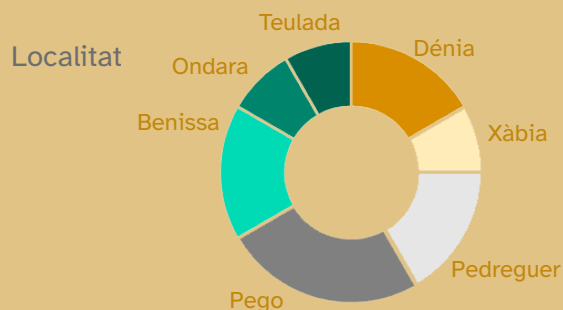
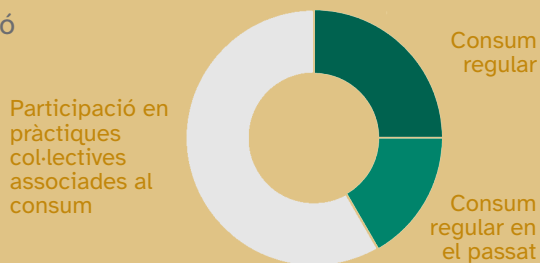
Actors entrevistats	Nombre d'entrevistes
Homes	12
Dones que exerceixen	2
Treballadors/es de clubs	3
Entitats socials	2
Total d'entrevistes	19

Taula 1. Entrevistes realitzades. Font: elaboració pròpia.

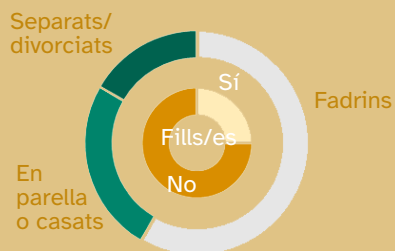
Homes. Els principals subjectes entrevistats han sigut homes que consumeixen prostitució, ho han fet en el passat o han format part de pràctiques col·lectives associades a la prostitució. S'ha buscat incloure una diversitat de perfils sociodemogràfics (edat, classe social, ocupació, formació, estat sexe-afectiu, model familiar, etc.), residents en diverses localitats de la Marina Alta (abastant municipis de diferents dimensions, ubicats tant en la costa com a l'interior) i que han consumit en diferents llocs, àmbits i contextos (carretera, clubs, pisos i xalets). Els següents gràfics resumeixen els perfils dels homes entrevistats.

perfils d'homes entrevistats

20 Consum de prostitució



Estat afectiu i descendència



Dones que exerceixen. S'ha entrevistat a dues dones: una espanyola d'uns cinquanta anys i una provinent d'Europa de l'Est d'uns trenta anys. Ambdues exerceixen a la Marina Alta, actualment en pis de forma independent i ho han fet en clubs de manera puntual en el passat.

Treballadors/es de clubs. S'ha entrevistat a tres persones que han treballat en clubs amb diferents rols: un encarregat, una recepcionista i un vigilant de seguretat.

Entitats socials. S'ha entrevistat a una tècnica del Programa Alba de la Generalitat Valenciana que treballa amb dones en situació de prostitució de la Marina Alta, així com a una tècnica de la Creu Roja, entitat que ha treballat amb dones prostitutes d'aquesta comarca en el passat.

Les entrevistes han sigut realitzades tant de manera presencial com telefònica, segons la preferència dels i les informants.

2. Observació en fòrums de prostitució

S'ha realitzat observació en webs i fòrums on es troben i comparteixen informació clients de prostitució, amb l'objectiu tant d'apropar-nos als seus discursos, imaginaris i pràctiques com d'identificar espais i contextos on es consumeix. En concret, s'han analitzat set pàgines webs d'anuncis de prostitució (Mileróticos, Pasion.com, Sustitutas.com, Slumi, NuevoLoquo, Agenda69 i Alicante69) i cinc fòrums de clients (Spalumi, SexForos, SexoMercado, EsasChicas i ForoPutas).

- 22 En un inici, es va valorar la possibilitat de fer observació participant en clubs però es va descartar tant per la perillositat que podria comportar com per què es va considerar que les entrevistes amb els treballadors de clubs i les dones que exerceixen permeten obtindre una visió més completa del funcionament d'aquests establiments i dels homes que hi acudeixen.

3. Mapatge d'espais de prostitució

S'ha elaborat un mapatge dels espais i escenaris de prostitució existents en la comarca de la Marina Alta, analitzant la distribució dels punts de prostitució de carretera, els clubs i els pisos i xalets. S'han inclòs tant aquells espais actius com els que han tancat o deixat de funcionar en els últims anys, reflectint l'evolució de les diferents formes de prostitució al llarg del temps.

4. Revisió de fonts secundàries

Per últim, s'han revisat els estudis existents sobre clients de prostitució a escala de l'Estat espanyol, del context Valencià i de la comarca de la Marina Alta, incloent-hi fonts estadístiques, literatura acadèmica i informes d'institucions o entitats socials.

3

Capítol

Prostitució, clients i masculinitats

1. La prostitució: tendències i regulacions

La prostitució és un fet social complex de definir, acotar i quantificar, ja que abasta pràctiques i espais tan diversos com la prostitució de carrer, bars d'alterne², clubs, pisos o noves fórmules de prostitució mediatades per internet. Malgrat la dificultat per obtenir dades fiables, s'estima que en 2005 existien al territori espanyol al voltant de 13.000 dones exercint la prostitució (Meneses et al., 2018), en un negoci que representava en 2007 vora 18.000 milions d'euros anuals (Gómez et al., 2015) i suposava en 2014 un 0,35% del PIB (Sánchez, 2019).

Més enllà de les dades, és evident que la prostitució és un fenomen en íntima relació amb les **desigualtats de gènere** i els mandats patriarcals que vertebraven la nostra societat. Les dones -tant cis com trans-, són la immensa majoria de les persones que exerceixen, mentre que

² Durant la recerca, optem per utilitzar el castellanisme "alterne", en lloc de la paraula valenciana "alternació", ja que és l'expressió que utilitzen els actors i resulta més comprensible.

26 els homes cis són pràcticament els únics consumidors. La prostitució és, alhora, un reflex i un mecanisme de reproducció de la subordinació social de les dones, així com d'altres vectors de desigualtat social com són la classe social, l'origen, l'etnicitat, la racialització o l'edat. Així, segons un recent estudi de Metges del Món (2020), són les dones més empobrides, migrades i en situació administrativa irregular les que més tendeixen a exercir.

La **regulació** de la prostitució a l'Estat espanyol representa una fórmula híbrida en què es combinen diferents models (Sánchez, 2019). A escala estatal el Codi Penal tipifica com delictes qualsevol forma de proxenetisme, mentre que en l'àmbit autonòmic i municipal existeixen diferents decrets i ordenances que reglamenten, per una banda, els locals d'alterne, i que penalitzen, per altra banda, l'exercici en l'espai públic, sancionant a clients i a dones prostitutes en alguns casos o penant només a clients en altres llocs. A més a més, les ordenances municipals de convivència i civisme que penalitzen la prostitució al carrer són complementades a escala estatal per la Llei de Seguretat Ciutadana. Pel que fa a l'exercici en pisos, la penalització de la tercera locativa -lucre de qui proporciona un lloc on es practica la prostitució- es preveu recollir en la llei de tracta o la llei per a l'abolició de la prostitució en procés de redacció i podria funcionar com un nou dispositiu regulador que incidisca en aquesta modalitat. Per últim, la Llei de Llibertats Sexuals, en vigor des d'octubre de 2022, prohibeix la publicitat de promoció de la prostitució.

D'acord amb Mestre (2004), la suma de tots els dispositius reguladors presents en el context espanyol genera una

mena de **zonificació que relega la prostitució a zones allunyades i poc visibles** com polígons industrials i carreteres on es tolera l'exercici de carrer o als pisos on aquesta resulta invisible. També als clubs d'alterne de les perifèries urbanes regulats per decrets autonòmics, tot i que les institucions estan fent esforços en els últims anys per tancar aquests espais basant-se en el seu incompliment de les llicències i, més recentment, de les mesures sanitàries establertes per a donar resposta a la pandèmia de la covid-19. Per últim, la falta de regulació fins ara de l'exercici en pisos ha contribuït al fet que aquesta modalitat haja anat convertint-se en una de les principals formes de prostitució en el context espanyol i valencià. La següent taula resumeix les diferents modalitats de prostitució, els mecanismes legals que la regulen en cada cas i els efectes que comporten.

Modalitat	Regulació	Efecte
Espai públic	Ordenances municipals de civisme Llei de Seguretat Ciutadana	Reducció de la prostitució de carrer Desplaçament cap a zones menys visibles: polígons, carreteres als afores, etc.
Clubs i bars d'alterne	Decrets autonòmics que regulen els locals d'alterne Tancament per incompliment de llicències	Clubs com un dels principals àmbits de prostitució en les últimes dècades Progressiva reducció dels clubs d'alterne
Pisos	Previsió de penalitzar tercera locativa en futures lleis	Fins ara, protagonisme cada vegada major de la prostitució en pisos
Internet	Llei de Llibertats Sexuals prohibeix des de 2022 publicitat de prostitució	Fins ara, protagonisme cada vegada major de la prostitució mediada per internet

Taula 2. Principals modalitats de prostitució. Font: elaboració pròpia.

28 A això se suma, per últim, la creixent importància de les tecnologies de la informació i la comunicació en la indústria sexual, el que comporta que la publicitat i l'exercici de la prostitució estiga cada vegada més mediada per l'**àmbit virtual**. Una dinàmica que s'ha exacerbat amb l'actual context de pandèmia, comportant un creixement del consum individualitzat en pisos particulars anunciats per internet i de la prostitució virtual per webcam (Gómez i Verdugo, 2021).

Aquesta tendència d'invisibilització es relaciona directament amb el fort **estigma** que envolta aquesta activitat. Un estigma tan naturalitzat que el Diccionari de la Llengua Espanyola té més de cent cinquanta sinònims de la paraula puta i la majoria no compten amb la marca de despectiu (Martín, 2019). D'acord amb Garaizabal (2007), l'estigmatització és un dels elements definitoris de la prostitució i opera com un mecanisme fonamental de control social de les prostitutes i de la sexualitat de les dones en un sentit més ampli, ja que la idea de "puta" serveix per a etiquetar a totes aquelles dones que no segueixen els mandats sexuals i de gènere patriarcals. Segons aquesta autora, l'imaginari col·lectiu atribueix tres identitats principals a les dones prostitutes.

1. **"Delinqüents"** que generen inseguretat ciutadana, amenacen l'ordre públic i degraden certs espais de les ciutats.
2. **"Viciosos"**, dones malaltes que posen en qüestió l'ordre moral i tempten als homes a dur a terme actes impropis.

- 29
3. **"Víctimes"** de les seues circumstàncies personals, dels condicionants estructurals i de la maldat dels homes, una visió que té com a correlat la idea que necessiten ser "salvades".

Altrament, les dones que exerceixen solen situar-se al centre de les representacions socials sobre la prostitució, però aquest àmbit està format per un ampli ventall d'actors entre els quals podem distingir, d'acord amb Majuelos (2014), **quatre tipus d'agents**:

1. Les **dones** que exerceixen la prostitució.
2. Els **clients** que consumeixen prostitució. Homes que paguen per consumir els serveis sexuals prestats per les dones.
3. Els **agents mediadors**. Actors que extrauen benefici directe de la prostitució, com ara "chulos", proxenetes, empresaris de clubs, madames de pisos o xalets ("mamis"), gerents d'agències, directors d'hotels o pensions, etc.
4. Els **agents auxiliars**. Actors que contribueixen de manera més indirecta a l'àmbit de la prostitució, com poden ser cambriers i cambres, porters, vigilants, serveis de transport, subministradors externs, repartidors de publicitat, gestors de webs i fòrums de prostitució, etc.

30 2. Els clients de prostitució: estudis i perfils

Els clients són un dels principals actors i, sens dubte, els més nombrosos entre els que componen el món de la prostitució. Tanmateix, no han ocupat un lloc rellevant ni en el debat públic, ni en els programes d'intervenció, ni en els estudis acadèmics sobre la qüestió. Aquesta històrica absència ha començat a superar-se en els últims anys amb el desenvolupament de diverses **recerques centrades en els clients de prostitució**, tant globalment com en el cas particular del context espanyol, abordant diferents dimensions com ara la seua quantificació i caracterització sociodemogràfica, les seues actituds, pràctiques i formes de consum, les relacions que estableixen amb les dones, les motivacions que els duen a consumir o les concepcions i imaginaris que tenen sobre la prostitució, el gènere i la sexualitat.

A **nivell quantitatiu**, si ens fixem en les dades estadístiques disponibles per al context espanyol observem que el consum de prostitució és una pràctica relativament habitual entre els homes i notablement per damunt de la resta d'Europa. Segons Gómez et al. (2015), a partir de les dades de l'Enquesta nacional de salut sexual elaborada pel CIS en 2008, es pot situar el percentatge d'homes que han pagat alguna vegada per serveis de prostitució en un 32,1%. D'acord amb Meneses et al. (2018), l'enquesta de Salut i Hàbits Sexuals elaborada per l'INE en 2003 mostra que el 25,4% dels homes d'entre 18 i 49 anys han pagat alguna vegada per serveis sexuals i un 5,7% ho feren en l'últim any.

Constatem, per tant, que **entre un 25% i un 32% dels homes espanyols han consumit prostitució alguna vegada i vora un 6% ho han fet en l'últim any**, unes xifres molt per damunt d'altres països europeus. Els estudis quantitius subratllen la impossibilitat d'establir un perfil sociodemogràfic de client, perquè entre els homes que consumeixen prostitució trobem una àmplia diversitat en termes d'edat, classe social, renda, origen, etnicitat, formació, ocupació, situació afectiu-sexual o ideologia política (Gómez i Verdugo, 2021; Majuelos et al., 2019).

A nivell qualitatiu, observem que molts dels estudis sobre clients presenten perfils. La taula que segueix resumeix els principals treballs realitzats sobre clients de prostitució en diferents territoris de l'Estat espanyol i les classificacions que han proposat:

Estudi	Criteri de classificació	Perfils de clients
Solana (2003) Còrdova	Concepció de les prostitutes	Clients objectualitzadors Clients personalitzadors
Barahona i García (2003) Madrid	Motius per a consumir	Insatisfacció sexual i afectiva amb parelles Cerca de més freqüència i varietat de relacions sexuals Cerca de poder Desig de satisfer fantasies sexuals Diversió grupal amb altres homes
López i Baringo (2007) Saragossa	Motius per a consumir	Dificultats relacionals amb dones Diversió grupal amb altres homes Cerca de relacions extramatrimonials com infidelitat menor Cerca de venjança en una crisi de parella Forma part de l'àmbit laboral o de negocis Joves que busquen sexe sense complicacions ni esforç

Asoc. Askabide (2008) Biscaia	Motius per a consumir	Cerca de sexe sense compromisos Pràctiques sexuals diferents de les practicades amb la parella
Gómez i Pérez (2009) Galícia	Marcs discursius	Discurs misogin: visió negativa de les dones Discurs samarità: visió dual de les dones, perverses o bones Discurs mercantilista: negoci que respon a oferta i demanda Discurs crític: reconeix desigualtat de gènere
Meneses (2010) Espanya	Motius per a consumir	Poder triar diferents dones Cerca de sexe sense complicacions Cerca de sexe ràpid i impersonal
Díez (2012) Espanya	Motius per a consumir	Cerca de dominació enfront de la pèrdua del poder associat a la masculinitat tradicional
López (2012) Espanya	Percepció de les prostitutes	Normals: clients que no generen problemes Pesats: clients que compliquen negociació o servei Ocasionals: homes que consumeixen de forma puntual Habituals: clients que consumeixen periòdicament amb una mateixa dona. De la casa: clients que alternen entre diferents dones Bons: respecten les condicions establertes per les dones Roïns: incompleixen acords i s'aprofiten de la seua posició
Majuelos (2014) Múrcia	Motius per a consumir	Satisfacció de desitjos sexuals, afectius, de sociabilitat i d'oci Pràctiques sexuals contràries a les normes socials i morals
Gómez et al. (2015) Espanya	Marcs discursius	Client misogin: prostitució com resposta lògica i necessària enfront de tendència masculina al sexe i la promiscuïtat Client consumidor: prostitució com a forma d'oci i sociabilitat on exhibir masculinitat davant d'altres homes Client amic: prostitució com a cerca d'afecte i companyia Client crític: va consumir per pressió del grup de pares, es penedeix i té visió crítica de la prostitució

Meneses et al. (2018) Espanya	Motius per a consumir	Funners: forma d'oci i diversió Thingers: cerca de sexe sense compromisos Coupleseekers: cerca de compromís i relació més duradora Riskers: cerca de risc i atracció Personalizers: cerca de companyia i afecte
Sánchez (2019) Espanya	Percepció de les prostitutes	Homes amb sexualitat androcèntrica que busquen mostrar virilitat per amagar la seua vulnerabilitat i soledat Homes que volen experimentar fantasies, tant patriarcals com contràries a les normes socials Homes amb dificultats per accedir al sexe pel seu físic, falta d'habilitats socials, edat o diversitat funcional Homes que busquen conversa, escolta, empatia i afecte

Taula 3. Estudis sobre clients de prostitució al context espanyol. Font: elaboració pròpia.

A grans trets, podem resumir les principals conclusions d'aquest ampli ventall d'estudis sobre consumidors de prostitució en quatre idees principals:

1. Els clients mostren **diferents formes de concebre i relacionar-se amb les dones prostitutes**, des d'aquells que les entenen com objectes al servei de la sexualitat masculina fins aquells que busquen, a més de satisfacció sexual, companyia, afecte i establir relacions duradores. Les mateixes dones que exerceixen distingeixen entre aquells que respecten les condicions establertes per elles, sense generar complicacions, i els clients problemàtics, que dificulten la negociació i el servei incomplint els acords i aprofitant-se de la seua posició de privilegi.
2. El consum de prostitució és una **manera de tindre relacions sexuals** per a homes amb problemes

relacionals, amb por a ser rebutjats o que busquen sexe impersonal, sense compromisos, complicacions o esforços. També un canal per a aconseguir una major freqüència de relacions sexuals o per a **dur a terme pràctiques o fantasies sexuals** arriscades, contràries a les normes morals predominants o que, per diferents motius, no realitzen amb les seues parelles. En altres casos, és l'atracció per allò prohibit, pel risc o per la transgressió el que motiva el consum.

3. El consum de prostitució es vincula amb la **cerca de poder i dominació** en un context social de pèrdua de rellevància i crisi de la masculinitat patriarcal. Permet triar i tindre relacions sexuals amb dones que fora d'aquest àmbit no accedirien a fer-ho. De vegades, des de les perspectives més abolicionistes s'emfasitza en excés aquesta cerca de dominació retractant els clients de forma estereotipada i poc acurada com a homes cruels, deshumanitzats i sense empatia que recorren a la prostitució per a exercir violència.
4. El consum de prostitució és moltes vegades una **pràctica col·lectiva** que entronca amb altres àmbits de vida (laboral, negocis, oci, entreteniment, celebracions, etc.) funcionant com una **forma de sociabilitat entre homes** així com un mecanisme d'exhibició i validació de la masculinitat patriarcal (Ranea, 2021b). Sovint és la pressió del grup de pares el que duu al consum de prostitució, ja siga de forma puntual o passant a convertir-se en una pràctica reiterada.

3. Gènere i masculinitats: els mandats patriarcal

Entendre el consum de prostitució implica necessàriament abordar la seua relació amb les desigualtats de gènere i la construcció social de la **“masculinitat hegemònica”**. Aquesta noció de Connell (1987) fa referència a una forma de ser home dominant en la societat, que resulta fonamental per al manteniment de la desigualtat de gènere i que és, en conseqüència, un problema social. La masculinitat hegemònica no respon a un patró natural, essencial o universal, sinó que és una construcció sociopolítica que varia en funció del moment històric, l'àmbit geogràfic o el marc cultural i que pot ser, per tant, transformat.

En el context occidental contemporani estem davant d'una **masculinitat patriarcal** que s'associa amb valors com el poder, el prestigi, l'autonomia, la independència, la fortalesa, el rol de guerrer, l'agressivitat, l'heroïcitat, l'assumpció de riscos, la crueltat, la brutalitat, la resolució de conflictes mitjançant la violència, la racionalitat, la ràbia o la ira com úniques emocions permeses, els rols de proveïdor, protector, marit, pare i cap de família, el treball productiu, l'ocupació de l'espai públic, el protagonisme, la importància, l'heterosexualitat, el rol actiu o la conquesta.

La masculinitat no és una qualitat que es posseeix pel fet de ser home de forma natural, sinó que és una **construcció sociopolítica imbricada en la desigualtat de gènere**, un marc d'identificació subjectiva i emocional que cobra sentit dins de l'ordre social patriarcal, una categoria

36 relacional que es construeix socialment i que requereix l'existència d'altres models de feminitat i masculinitat:

- **“Hiperfeminitat”**: model de feminitat útil a la reproducció de la masculinitat hegemònica i al manteniment del poder masculí
- **“Masculinitats còmplices”**: models de masculinitat que no compleixen model normatiu però que es beneficien dels privilegis masculins.
- **“Masculinitats subordinades”**: models de masculinitat associats a grups no hegemònics com els joves o els homosexuals.
- **“Masculinitats marginals”**: models de masculinitat pròpies de grups culturals i ètnics exclosos.

La masculinitat, per tant, entronca amb una **multiplicitat d'eixos de desigualtat en intersecció** com l'edat, la classe social, l'origen, l'ètnicitat, la sexualitat o les capacitats, entre altres. Així, els subjectes amb major capacitat per a encarnar la masculinitat patriarcal són els homes adults, de classe mitjana i alta, occidentals, blancs, països, cis-heterosexuals i sense discapacitats, mentre que els homes que difereixen d'aquest patró hegemònic es relacionen amb els mandats patriarcal de maneres diverses que es mouen entre la complicitat, l'exclusió i la subversió.

D'acord amb Ranea (2021a), ser reconegut com a home dins del model hegemònic patriarcal i obtenir els privilegis que comporta exigeix als homes complir **tres mandats principals**:

1. **La misogínia.** Autors com Badinter (1993) o Bourdieu (2000) assenyalen que la masculinitat es construeix de manera relacional mitjançant la negació, el rebuig i el distanciament d'allò considerat femení, per contraposició jeràrquica respecte a la dona en tant que alteritat sotmesa. A més a més, com apunta Marqués (1997), són els àmbits i les pràctiques assignades als homes aquells als que s'atorga la importància, el valor i el reconeixement social i econòmic, en contraposició amb les esferes i pràctiques que són atribuïdes a les dones.
2. **L'heteronormativitat.** Segons Kimmel (1997), la masculinitat patriarcal es vincula directament amb l'homofòbia i implica una constant demostració de no voler tindre relacions sexuals amb altres homes. Per contra, els homes han de demostrar estar sempre disponibles per a tindre relacions sexuals amb dones, desenvolupant un rol actiu en la conquesta i duent a terme pràctiques heterosexuales centrades en el coit, el fal·lus, la penetració i l'ejaculació masculina. La pornografia i la prostitució actuen com uns dels principals dispositius que construeixen i consoliden aquest imaginari patriarcal sobre la sexualitat masculina.
3. **L'homosocialitat.** Segato (2016) proposa pensar la masculinitat com una identitat fràgil i precària, que està permanentment sotmesa a prova i avaluació per part del grup d'iguals i que qualsevol fissura pot desestabilitzar i posar en risc. Així, el grup d'homes juga un paper crucial, en tant que agent validador

i disciplinador que atorga el reconeixement de la masculinitat i sanciona les pràctiques i actituds que es desvien del patró hegemònic. El procés de construcció de la masculinitat passa per una multiplicitat de rituals, proves i teatralitzacions orientades a demostrar davant de la resta d'homes que es compleixen mandats patriarcals com per exemple la valentia, l'agressivitat, l'heterosexualitat activa o la no expressió d'emocions.

Per últim, d'acord amb Sanfèlix (2020), l'auge dels feminismes i les múltiples transformacions socials que comporta estan duent a una **crisi de la masculinitat patriarcal**, el que suposa una oportunitat perquè emergisquen alternatives al model hegemònic, però també rearticulacions que busquen perpetuar la desigualtat i els privilegis.

Per una banda, entre les **rearticulacions de la masculinitat patriarcal**, Ranea (2021a) assenyala fenòmens com el ressorgiment masclista de l'extrema dreta, la ciberviolència que representen espais virtuals com forocoches i els fòrums de puters, actes de violència sexual grupal com el de "la manada" o el consum de prostitució i pornografia.

Per altra banda, en relació amb l'emergència de **formes alternatives de masculinitat** aquesta autora adverteix que perquè siguen realment transformadores han d'implicar un exercici de reconeixement dels privilegis, desapoderament, escolta activa, assumpció de tasques reproductives i de cures, una ruptura dels pactes de silenci patriarcals i un rebuig explícit a tota forma de violència contra les dones.

4. La prostitució i els clients en el context valencià

Existeixen diferents treballs que s'han apropiat a l'estudi de la prostitució en el context valencià. En el 2009 l'Institut Universitari d'Estudis de la Dona de la Universitat de València va publicar l'informe *La prostitución femenina en la Comunidad Valenciana* (Serra, 2009). Aquest estudi estimava que al voltant de 7.560 dones exercien la prostitució en aquesta comunitat autònoma i quantificava els clients a partir de l'enquesta de salut i hàbits sexuals de l'INE de 2003, assenyalant que 77.800 homes valencians havien consumit prostitució en l'últim any, 313.200 ho havien fet alguna vegada en la seua vida i estimant un mercat de demanda de 130.000 clients. També situava el volum de negoci de la prostitució en vora 230 milions d'euros en 2006, el que representava un 0,24% del PIB de la Comunitat Valenciana en eixe moment.

Un segon treball d'interés és el llibre de Gómez Suárez et al. (2015) *El putero español* el qual dedica un apartat a la Comunitat Valenciana. Aquest treball distingeix dues grans modalitats en la indústria sexual a l'Estat espanyol. El minifundi, caracteritzat per un nombre ampli de clubs de carretera de reduïdes dimensions i dispersos pel territori, propi del centre i nord-est espanyol; i el latifundi, amb macroclubs i macroxalets gestionats per cadenes de negocis d'alterne i ubicats als afores de les ciutats, característic del sud i l'est espanyol i, per tant, modalitat que caracteritza el context valencià.

40 També resulta d'interés l'estudi elaborat per Metges del Món (2015) *Identificación sobre la realidad de la prostitución en el área metropolitana de Valencia*. Aquest informe aprofundeix en els diferents escenaris de la prostitució en el context particular de la **ciutat de València**, distingint entre l'exercida al carrer i la que es desenvolupa en clubs, pisos i cases de massatges.

Pel que fa al context particular de la Marina Alta, trobem un estudi sobre prostitució en **Dénia** elaborat el 2006 per l'Ajuntament d'aquesta localitat. Es tracta d'un estudi que repassa la història i el marc legislatiu de la prostitució i analitza la ubicació, les modalitats, els perfils sociodemogràfics i els factors de vulnerabilitat de les dones que exerceixen al municipi de Dénia.

Tanmateix, l'estudi més ampli i recent sobre el context valencià és ***La prostitució en la Comunitat Valenciana: una perspectiva sociològica*** dirigit per Ariño i en vies de publicació. Aquest treball aborda la prostitució en la Comunitat Valenciana destacant un **canvi en l'organització de la prostitució** amb una creixent dissociació entre la prostitució de carrer, cada vegada menys freqüent, i noves formes de presentar, publicitar, negociar i dur a terme els serveis sexuals, amb una creixent importància de les plataformes d'anuncis de prostitució i el desenvolupament durant el dia en pisos, xalets, hotels o a domicili.

Aquest estudi també comptabilitza el **nombre de clubs** presents en les diferents províncies de la Comunitat Valenciana, basant-se en les dades d'establiments

identificats com a llocs de prostitució per part de les Forces i Cossos de Seguretat de l'Estat. Les xifres presentades mostren que el nombre de clubs s'ha mantingut relativament estable al llarg del temps, situant-se, segons dades de la Policia Autònoma, en 164 clubs en 2021, 74 a Alacant, 17 a Castelló i 73 a València. L'estudi inclou també un **mapatge dels pisos** presents en la Comunitat Valenciana, elaborat a partir dels anuncis de plataformes virtuals, evidenciant que es tracta d'una modalitat de prostitució cada vegada més important. Mostra una major concentració de pisos en les capitals de província, per una banda, i en la franja litoral d'Alacant, per altra.

A més a més, aquest estudi emfatitza el paper d'internet com a àmbit cada vegada més important en el desenvolupament de la prostitució, donant-se una tendència de **"plataformització de la prostitució"**. Per una banda, s'observa que els clubs tenen una major presència en internet, amb pàgines webs pròpies i anuncis en plataformes. Per altra banda, l'estudi constata la proliferació de pàgines web especialitzades en anuncis de prostitució i el sorgiment de nous llenguatges i dispositius de presentació i publicació dels serveis sexuals. Per últim, apunta al sorgiment de noves formes de prostitució mediades per internet com el sexe per webcam, les relacions mitjançant avatars virtuals o la creixent connexió entre la pornografia amateur i el sexe de pagament.

Ofereix una quantificació i caracterització de les **dones que treballen en prostitució** en aquesta comunitat. Malgrat

42 les dificultats per comptabilitzar aquesta pràctica, l'estudi apunta a entre 10.000 i 13.000 dones en prostitució. Assenyala a més a més, que entre aquestes es troben tant dones que ho fan a temps complet com dones que exerceixen de forma esporàdica o ocasional. Les dades sociodemogràfiques mostren que són majoritàriament dones joves, d'entre 18 i 35 anys, procedents tant d'Espanya com de l'estranger, destacant aquelles provinents de Llatinoamèrica, nivell econòmic baix, nivell formatiu mig-baix i baix, i al voltant d'un 20% amb familiars a càrrec.

L'estudi comptabilitza i caracteritza també els **clients**. Ho fa a partir de les dades de diferents enquestes estatals, estimant que el nombre de consumidors de prostitució en l'últim any representa entre un 4% i un 6% de la població masculina, el que tenint en compte la població actual de la Comunitat Valenciana suposa una xifra d'entre 76.000 i 115.000 homes. A més a més, tenint en compte l'edat d'aquests homes l'estudi apunta a dues formes de relacionar-se amb la prostitució. L'experiència iniciàtica, pròpia d'aquells homes que acudeixen al sexe de pagament en les seues primeres relacions sexuals, rellevant sobretot entre els homes que tenen ara entre 55 i 75 anys; i el consum recent, propi d'aquells homes que han recorregut a la prostitució en l'últim any, amb percentatges més elevats entre els homes d'entre 20 i 45 anys.

Una altra font d'interés és l'**Enquesta sobre percepcions i actituds socials respecte a la prostitució i la seua regulació** elaborada en 2021 per la Generalitat

Valenciana. Aquesta enquesta se centra en les valoracions de la ciutadania sobre la prostitució en termes morals, segons mode de prostitució (escorts³, clubs, casa, carrer i internet) i segons els diferents actors que intervenen (dones que exerceixen, clients i intermediaris). Aborda també el consum propi de prostitució, la qual cosa ens permet observar algunes tendències entre els clients de prostitució de la Comunitat Valenciana, com sintetitzem en la següent taula:

Variable	Tendència	Dades del consum reconegut de prostitució ⁴
Comunitat Valenciana	19,9% dels homes de la CV reconeix haver consumit	14,5% dels homes de la CV reconeix haver consumit alguna vegada en la vida. 5% dels homes de la CV reconeix fer-ho ocasional o freqüentment.
Per província	Alacant és la província amb major consum reconegut i València la que té menor consum	23% dels homes d'Alacant reconeix haver consumit alguna vegada en la vida. 10% dels homes d'Alacant reconeix consumir ocasional o freqüentment.
Per dimensió del municipi	És similar en tots els casos	-
Per edat	Augmenta amb l'edat	10,4% dels homes d'entre 18 i 24 anys. 23% dels homes d'entre 55 i 64 anys.
Per nivell de formació	Es redueix amb el nivell de formació	26% dels homes amb estudis primaris. 10,6% dels homes amb estudis superiors.

³ Amb aquest concepte fan referència als serveis d'acompanyament a reunions, festes o altres actes que pot implicar o no intercanvis sexuals.

⁴ Els percentatges de l'enquesta fan referència al total de la població enquestada, tant homes com dones. Ací hem calculat els percentatges de manera aproximada respecte a la població masculina.

Per ideologia	Similar entre homes que es consideren de dretes i d'esquerres	27,2% dels homes d'esquerres 24,2% dels homes de dretes
	Més habitual entre els homes que es consideren liberals	32,8% dels homes que es consideren liberals 5,2% dels homes que es consideren conservadors.
Per religió	És inferior entre els homes que es consideren practicants o ateus	11,6% dels homes catòlics practicants 16% dels homes ateus

Taula 4. Clients de prostitució de la Comunitat Valenciana. Font: elaboració pròpia a partir d'Enquesta sobre prostitució de la Generalitat Valenciana de 2021.

4

Capítol

Els escenaris de la prostitució a la Marina Alta

El següent mapa il·lustra la distribució dels espais de prostitució existents a la comarca de la Marina Alta, incloent-hi l'exercida en carretera, clubs, pisos i xalets, tant en el passat com actualment. D'una banda, evidencia la forta concentració de clubs i prostitució de carretera que ha existit en les últimes dècades al llarg de la carretera nacional N-332. D'altra banda, posa de relleu la creixent importància de la prostitució exercida en pisos i xalets, ubicats aquests, en canvi, en els principals municipis costaners de la comarca.

50 els municipis de Dénia, Xàbia, Calp, Teulada-Moraira, Benissa i El Verger compten amb ordenances cíviques que prohibeixen oferir, sol·licitar, negociar, acceptar o mantindre serveis sexuals retribuïts a l'espai públic, especialment quan es fa a poca distància de centres educatius o llocs destinats a l'ús de menors. Les sancions es mouen normalment entre els 750 i els 1.500 euros, i solen adreçar-se tant a les dones que exerceixen com als clients, amb l'excepció de Calp i El Verger, on només són sancionats els demandants.

La prostitució sí que està **molt present, en canvi, en el tram de la carretera nacional N-332** que uneix El Verger amb Oliva, on és habitual veure a una desena de dones distribuïdes al llarg de la carretera, en els vorals de les dues direccions, on hi han entrades a caminals on poden parar els cotxes, esperant a clients de peu o assegudes en cadires de plàstic, especialment durant el dia i en la temporada d'estiu. La negociació es produeix a la mateixa carretera i el servei se sol realitzar dins del vehicle del client en algun dels caminals ocultats pels canyars. En els últims anys, i especialment després de la pandèmia de la covid-19, s'està **reduint significativament** la presència de dones en aquest tram de carretera. Des de l'Ajuntament d'Oliva han dut a terme diferents accions amb l'objectiu d'acabar amb la prostitució en aquesta zona, assenyalant el risc que comporta per a la seguretat viària i per a les mateixes dones que exerceixen.



Imatge 1. Dona esperant clients en la carretera N-332.
Font: Google Maps.

El treball de camp també evidencia que al llarg de l'última dècada s'ha exercit la prostitució en **altres trams de la nacional N-332**, com la zona de les pedreres entre Gata de Gorgos i Teulada, els voltants de Benissa o en l'eixida de Calp, així com en la CV-734 que uneix Gata de Gorgos amb Xàbia. Són espais on era habitual veure una o dues dones esperant clients, tot i que en els últims anys han deixat d'estar presents.

La prostitució de carretera té els preus més econòmics i és on les persones entrevistades consideren que hi ha una major precarietat, desprotecció i vulnerabilitat, amb una important presència de tracta, de dones estrangeres indocumentades i de dones amb drogoaddiccions. Els principals **motius que assenyalen els homes** per a consumir prostitució de carretera són els baixos preus, la proximitat, la immediatesa o el "morbo" que produeix fer-ho a l'espai públic:

“Carretera perquè ho tenia propet i és més econòmic” (home, 40 anys).

“Al final tot és una qüestió també de poder adquisitiu, resumint-ho en una paraula. N’hi ha persones que no es poden permetre... Anar a un piso en una xica d’estes aixina top, una hora són 120-150. (...). El qui no pot això sí que va a la carretera. Això no lleva que un tant per cent molt xicotet, sempre està inclús la persona que té molt de poder adquisitiu però li dona el morbo eixe de parar en la carretera i fer-ho allí en un bancal de tarongers”(home, 51 anys).

2. Els nombrosos clubs de la nacional

La comarca de la Marina Alta s’ha caracteritzat per una **important presència de clubs** i locals d’alterne distribuïts al llarg de la carretera nacional N-332, els quals han anat obrint i tancant o canviant de gerència, aspecte i nom al llarg del temps. En concret, en el present continuen en actiu quatre clubs: La Trocha (El Verger), El Pinar (Ondara), El Quijote (Pedreguer) i Casablanca (Gata de Gorgos).

“Per ací, en esta zona han arribat a haver-ne huit. En quatre kilòmetres n’hi havien set o huit. N’hi havia mogolló i canviaven de nom. Entre ací [El Verger] i Gata n’hi havien pff!” (Home, 40 anys).

Aquests clubs són **espais molt visibles**, amb grans rètols lluminosos que criden l’atenció i identifiquen clarament la seua activitat. Són fàcilment observables i accessibles des de la carretera i compten amb pàrquings privats, més o menys ocultats, on poder deixar el cotxe. Són establiments que, en alguns casos, fa diverses dècades que estan en

funcionament i s’ubiquen en la que solia ser la principal carretera de la comarca, motiu pel qual han tingut molta visibilitat social. Són coneguts per la immensa majoria de la població i **ocupen un lloc important en l’imaginari col·lectiu** de la Marina Alta.



Imatge 2. Clubs El Pinar i Casablanca. Font: Fotos pròpies.

54 Aquests establiments **solen estar registrats amb llicència d'hotel**, restaurant, discoteca o sala de festes, encobrint la seua vinculació amb la prostitució. Compten amb webs i xarxes socials on publiciten obertament alguns serveis (comiats de solter, espectacles de striptease, lapdance o porno en directe, sales de festes i reunions, sales VIP, piscina, jacuzzi, taxi gratuït, pàrquing privat, etc.) i mostren fotos dels bars, les habitacions i les dones, al mateix temps que oculten, paradoxalment, que s'hi exercisca la prostitució.

“Perquè feta la llei feta la trampa, un club en teoria no és legal, però hui en dia són hotels que tenen una sala de festes. Elles estan com a clients, azafates, etcètera” (Home, 51 anys).

En tot cas, els clubs **han anat perdent rellevància** i legitimitat al llarg dels últims anys. Així, mentre que en el passat eren llocs on molts homes solien anar amb relativa freqüència i naturalitat, hui s'ha reduït notablement l'assistència de clients i molts clubs, com ara El Bassot (El Verger), El 2000 (El Verger), El Aperó (Pedreguer), La Femine (Benissa), o el Miami Bar (Calp) han anat tancant⁶.

“Abans s'anava moltíssim. Això un divendres per la esprà estava a tope. Al Quijote, a eixe pàrquing no cabien els cotxes. Fa quinze anys un divendres per la esprà allò era brutal, la gent que havia dins. Però això, és que ha baixat moltíssim. Què et diria jo, si et dic un percentatge quizás una quarta part de lo que era antes” (home, 54 anys).

⁶ Durant el treball de camp els actors han fet referència a altres clubs que han existit en la Marina Alta com La Sirenita, La Paloma, La Pinocha, El Ciervo. el Bugs Bunny o un situat a la zona de l'Arenal de Xàbia.

55 Dins d'aquesta multiplicitat de clubs, trobem establiments de **diferents categories, dimensions i condicions**, de manera que atrauen perfils de població diversos.

- D'acord amb els actors entrevistats, la majoria dels clubs de la Marina Alta són **locals xicotets i envellits**, amb deficient manteniment i neteja, on solen exercir entre 5 i 10 dones.
- La Trocha i El Quijote són els **clubs més grans i coneguts**, on exerceixen actualment al voltant de 10-15 dones. Mentre que La Trocha ha renovat recentment les seues instal·lacions i actualitzat la seua imatge comercial, El Quijote ha anat degradant-se i perdent el prestigi que el caracteritzava.
- A més a més, al llarg de la costa valenciana existeixen nombrosos clubs o **macroclubs** de major dimensió, amb instal·lacions més luxoses i una major quantitat de dones, com els que es poden trobar en ciutats com Benidorm, Gandia o València.





Imatge 3. Exterior i interior del club El Quijote. Font: Foto pròpia i web del club.

En els clubs s'articulen **tres formes de negoci** diferents:

- **Sistema de plaça.** Pagament que les dones fan a l'establiment en concepte d'estada i pensió completa. Es troba al voltant de 40-60 euros, depenent de la categoria del club. Aquestes places es publiciten de manera oberta en les webs d'anuncis de prostitució.
- **Alterne.** Sistema pel qual les dones reben un 50% del preu de les consumicions a les quals els homes les conviden. El concepte d'alterne també fa referència a l'espai de sociabilitat entre clients i dones, durant el qual els homes parlen amb diferents dones i acorden els preus i serveis.
- **Ús de l'habitació.** En alguns clubs les dones paguen a l'establiment un percentatge del servei o una quantitat fixa per cada servei, en concepte d'ús de l'habitació. Aquest sistema és anomenat per algunes persones

com "el pase"⁷.

"Pero eso es como un hotel, o sea, por pensión completa, habitación, comida, cena y desayuno. Y lo que haga la mujer es pa ella. (...) Como cuando vas a un hotel, igual, y después ella, si entra sino entra, ese es su problema" (treballador de club, 66 anys).



Imatge 4. Exterior i interior del club La Trocha. Font: Foto pròpia i Fòrum Spalumi

⁷ Deixem aquest concepte en castellà perquè es tracta d'un terme emic que és utilitzat així pels informants.

58 Pel que fa al **funcionament dels clubs**, solen tindre un horari d'obertura de 4-5 de la vesprada a 4-5 de la nit, cada dia de l'any amb l'excepció de Nadal i Any Nou. En alguns es paga entrada o consumició obligatòria, mentre que altres són d'accés lliure. Els més grans compten amb àmplies plantilles de treballadors amb funcions com encarregat, vigilants de seguretat, cambrers, cuiners, treballadors de neteja, recepcionistes, la "mami" (dona que gestiona les habitacions) i el "papi" (home que vigila l'establiment fora de l'horari d'obertura). Els preus dels serveis als clubs són superiors als de la carretera però semblants als dels pisos.

Respecte a les **condicions de les dones**, tot i que els treballadors dels clubs subratllen que no s'admeten a dones sense documentació o "amb xulo", el treball de camp apunta al fet que als clubs exerceixen tant dones independents com en situació de tracta. Les dones treballen durant tot l'horari d'obertura i algunes d'elles, a més a més, resideixen també en el club, ja siga en la mateixa habitació on treballen o en una diferent. També és habitual que els clubs organitzen visites mèdiques periòdiques per atendre i fer analítiques a les dones. Altrament, hi ha venedors ambulants que s'acosten als clubs periòdicament per a vendre-les roba o productes d'higiene, de manera que no hagen de desplaçar-se als municipis. Tot plegat, contribueix al fet que les dones que resideixen en els clubs no facen vida quotidiana en la zona i no generen xarxes de relació i confiança amb persones de fora del club.

"Todo lo que tenemos es legal. O sea, no queremos nada de ninguna mujer, ni nos quedamos nada de ella, ni obligamos a nadie a nada. Aquí está la puerta para salir y la puerta para entrar."

Entonces ellas que hagan lo que quieran. Son completamente libres" (treballador de club, 66 anys).

59

Els **homes que opten per consumir en clubs** expliquen fer-ho principalment per l'espai de sociabilitat amb les dones que comporta l'alterne o perquè ho fan de manera grupal en un context de festa i desinhibició. Diferents homes assenyalen que anar a un club no implica necessàriament consumir prostitució, ja que aquests establiments es conceben com una alternativa més d'oci nocturn on poder beure alcohol i sociabilitzar.

"Sempre que nàvem no era precis pujar dalt. Més que res era nar a fer-te una copa allí, disfrutar de l'ambient, disfrutar de les xicones i quant estàvem tres o quatre amics pues fer la xarraeta d'açò o de lo altre" (home, 45 anys).

3. Pisos i xalets: una modalitat en creixement

La prostitució exercida en pisos i xalets particulars s'està convertint en els últims anys en la **principal forma de prostitució** en la Marina Alta, guanyant rellevància davant d'altres com l'exercida en clubs o en carretera. Aquesta creixent importància dels pisos és una tendència compartida pel conjunt de l'Estat espanyol que s'ha vist aprofundida amb la pandèmia de la covid-19.

Tant l'estudi d'Ariño (2022) com el nostre treball de camp evidencien que es tracta d'**apartaments ubicats en els nuclis urbans** dels municipis més grans de la comarca, com Dénia, Xàbia i Calp, o en **xalets de les zones d'urbanització dispersa** que envolten els municipis

60 anteriors o altres com els Poblets o Moraira. També hi ha hagut pisos de forma puntual en municipis més reduïts com Teulada, Pedreguer, Ondara i Pego. En molts casos generen conflictes de convivència i queixes veïnals, i en conseqüència tanquen amb freqüència i obrin en nous indrets.

Podem distingir **tres modalitats principals**:

- **Cases de percentatge** gestionats per tercers⁸, on les dones reben un tant per cent de cada servei (normalment 50%-70%). El percentatge restant és per als gestors en concepte de lloguer, neteja, publicitat, contacte amb els clients, transport i material de treball. Les dones han d'estar disponibles en amplis rangs horaris i en moltes ocasions resideixen en els mateixos pisos. A l'igual que en els clubs, les places s'anuncien de manera oberta per internet.
- **Pisos gestionats per tercers** on les dones paguen un lloguer setmanal (al voltant d'uns 250 euros) i perceben els beneficis íntegres dels serveis que realitzen. Solen ser les mateixes dones les que gestionen la seua publicitat, els seus horaris i el contacte amb els clients. A vegades, contracten agències que gestionen els anuncis i la promoció. Habitualment resideixen en altres llocs i utilitzen l'habitació per a realitzar els serveis de prostitució.

⁸ Quan la persona que s'encarrega de gestionar el pis és una dona sol ser coneguda com "madame" o "mami".

- **Pisos gestionats per les dones**, ja siga de forma individual o en grups de dues o tres dones. Lloguen el pis en què exerceixen sense intervenció de terceres parts, gestionant de manera autònoma la publicitat, els horaris i la contactació. Es tracta d'una modalitat minoritària.

Les **condicions de les dones** varien molt en funció de la modalitat. En les cases de percentatge es troba la major vulnerabilitat, sent habitual la presència de dones sense documentació i en situació de tracta, mentre que els pisos gestionats per les mateixes dones representen una forma de prostitució més autònoma. Les dones que exerceixen en pisos es publiciten per internet i el contacte es realitza per telèfon o per internet. El servei se sol realitzar en el pis, però també és habitual que les dones oferisquen desplaçar-se al domicili del client o a un hotel. De vegades es presenten com saunes o salons de massatges. En general, els preus són superiors als de carretera i semblants als dels clubs. Dins d'aquesta modalitat trobem també serveis de prostitució de luxe.

Entre les principals raons expressades **pels homes que opten per consumir en pisos i xalets** trobem la discreció i la comoditat. Són llocs més anònims on no hi ha el risc de trobar-se amb altres persones i on s'accedeix de manera directa al servei, sense la fase d'alterne que caracteritza els clubs. De fet, observem que entre els homes de municipis més reduïts és habitual anar a pisos ubicats en altres llocs per tal d'evitar ser identificats per persones conegudes. A més a més, mentre que els clubs obrin en horari de

62 vesprada i nit, els pisos permeten consumir en qualsevol moment del dia.

“Jo, a vore, si tinc pasta preferisc nar a un piso, perquè és més discret. Perquè jo nar a un club ahí que és com una discoteca i ahí ballant. Ara allí n’hi ha més per a triar. Perquè si tu quedes en una per internet tu ja la veus, les fotos i això, quedes en sa casa i és com més petit comité, saps? (...) És que és molt més còmodo nar a un piso. Perquè tu quedes, a tal hora vas. Et donen el WhatsApp. Estàs més tranquil!” (home, 40 anys).

“A un puesto que pare més privat. Perquè ací a un poble, qui té que anar? Els veïns de fora en seguida veuen el cotxe d’un foraster que ve i estan tots: eh, tal. Això fa falta un puesto discret, per a posar un piso. Si poses una caseta sí que aniria gent a un puesto apartat o algo aixina, però un piso dins del poble no” (home, 54 anys).

4. Internet i webs d’anuncis

Internet és altre dels principals escenaris on es desenvolupa la prostitució en l’actualitat. Més enllà de pràctiques com el consum de pornografia en pàgines webs o en noves plataformes com *OnlyFans*, els xats sexuals o el sexe virtual de pagament, constatem que també el consum de prostitució presencial està **cada vegada més mediat per l’àmbit virtual**. Internet té un protagonisme fonamental en la publicitat de prostitució i en la posada en contacte de clients, dones que exerceixen i agents mediadors, en la mesura que formes tradicionals de publicitat com els anuncis de contactes en premsa, que solien ocupar múltiples pàgines en els periòdics, els anuncis per ràdio o el repartiment de pamflets publicitaris en els parabrises dels cotxes, estan perdent rellevància⁹.

Com hem pogut veure prèviament, alguns dels **clubs de la Marina Alta compten amb pàgines web** més o menys elaborades on es publiciten com a llocs per a celebracions, aniversaris, festes privades o comiats de solter, oferint serveis d’espectacles de *showgirls*, *striptease*, porno en viu, habitacions o suites d’hotel. Tot i que inclouen algunes fotos i referències a les dones prostitutes, aquestes webs presenten els serveis sexuals de manera molt més encoberta que en el cas de les pàgines d’anuncis.

Altrament, existeixen nombroses **pàgines web** on s’anuncien serveis i llocs de prostitució. Per a aquest estudi hem analitzat les webs Mileróticos, Pasion.com, Sustitutas.com, Slumi, NuevoLoquo, Agenda69 i Alicante69, pàgines que s’actualitzen cada dia amb desenes d’anuncis nous. En general, es tracta de webs que ofereixen anuncis en tot el territori espanyol -en casos com Mileróticos fins i tot a escala internacional- i que permeten filtrar per província i ciutat. La Llei de Llibertats Sexuals, en vigor des d’octubre de 2022, prohibeix la publicitat de promoció de la prostitució i podrà suposar una barrera a aquests tipus de webs.

Els **anuncis** publicats en aquestes webs no se centren exclusivament en la prostitució femenina, sinó que en la majoria dels casos tenen seccions diferenciades per a dones cis, dones transsexuals, homes que ofereixen serveis a homes, homes que ofereixen serveis a dones i

⁹ Entre les raons trobem l’aprovació de normatives que prohibeixen la publicitat de prostitució, la decisió de diferents mitjans de comunicació com La Razón, El País, ABC o El Mundo de no acceptar anuncis amb contingut sexual i la tendència social més àmplia de digitalització de tots els sectors econòmics i àmbits de vida que afecta, evidentment, també a la indústria sexual.

64 altres serveis. També és habitual que incloguen una secció orientada a dones que exerceixen on s'ofereixen places en pisos, xalets o clubs, lloguer d'habitacions o altres serveis com poden ser books fotogràfics o assessorament en màrqueting.



Imatge 5. Pàgines web d'anuncis de prostitució.
Font: Pasion.com i Sustitutas.com

65 Pel que fa en particular als **anuncis de prostitució femenina**, solen incloure descripcions detallades de les dones, amb informació sobre el seu caràcter, l'aparença física, el país d'origen, l'edat, els serveis oferits, la disponibilitat, els possibles llocs de trobada, els preus dels serveis, fotos, vídeos i números de contacte. De fet, moltes d'aquestes pàgines permeten filtrar els anuncis en funció de variables molt detallades com ara edat, nacionalitat, ètnia, estatura, pes, tipus de cos, cabells, pit o pubis. Normalment, aquests anuncis ofereixen els serveis de prostitució en pisos o xalets que s'ubiquen en els municipis de Dénia o Xàbia, així com la possibilitat de desplaçar-se al domicili del client o a hotels.

Finalment, els **fòrums de clients** són un altre espai virtual clau en l'àmbit de la prostitució, que analitzem amb major profunditat més endavant. Pel que fa a la zona de la Marina Alta podem trobar fòrums dedicats a clubs com La Trocha, El Quijote i Casablanca o els ja desapareguts El Bassot i Femine. També altres fils com "De Lumis por Denia" en Spalumi amb més de cinc-centes entrades amb experiències i opinions sobre diferents dones, pisos, xalets i clubs de la zona.

5

Capítol

El consum de prostitució a la Marina Alta

1. El consum: entre allò individual i allò col·lectiu

El consum de prostitució és una pràctica social que es mou **entre la dimensió individual i la col·lectiva**. Molts dels homes que recorren a serveis sexuals ho fan de forma individual, però els estudis posen de relleu l'important vessant col·lectiu del consum de prostitució, el qual emergeix en qüestions com l'assistència grupal a clubs, els rituals de masculinitat que inclouen prostitució o la rellevància de contar i compartir les experiències de consum amb altres homes.

En particular, el nostre treball de camp evidencia que alguns homes opten **per consumir prostitució de manera individual**, contactant i acudint a soles, sense compartir-ho amb cap altra persona, mentre que **altres prefereixen fer-ho acompanyats** per altres homes, ja siga per sentir-se més segurs, ja siga perquè conceben

70 els clubs com una opció més d'oci i sociabilitat masculina, com veurem més endavant:

“N’hi ha que només van si van acompanyats. Però jo per exemple he anat a soles un milió de voltes. (...) O per pressió de grup o perquè també no s’atreveixen, tenen vergonya d’anar a soles. (...) N’hi ha gent que li dona por a soles” (home, 40 anys).

“Anar a soles és, és... no sé com dir-te-ho, és, és intimidant. Entres en un puesto, están allí els demés, t’aborden i si eres tímid et refrenes, perquè et costa molt entrar... Jo per exemple soc molt tímid i a mi em costa molt entrar en conversació. Entonces sempre és millor si vas en un altre. Entonces no és per un tema morbós sinó casi casi de seguretat” (home, 55 anys).

Els mateixos homes entrevistats distingeixen **dos tipus de clients principals** en funció de la freqüència del consum i de si ho fan de forma individual o col·lectiva. D’una banda, estarien aquells que van assíduament a soles, als que solen associar amb un cert poder adquisitiu, la cerca de discreció i la necessitat de sexe. Per altra banda, fan referència als homes que acudeixen de forma puntual, en grup i en un context festiu en què els clubs es conceben com espais de festa, oci nocturn, desinhibició i sociabilitat masculina:

“Els qui van a les dos de la nit, van un grup de deu amics, però van un poc de festa. I després està el professional que eixe va a soles sempre. El professional va a soles i va a hores que sap que no n’hi ha gent. (...) És més típic dos, tres amics. Xel, nem a sopar i nem a fer-mos una, collons m’agrà eixa xica jo me’n puge, pues t’esperem aquí, quan baixes monem (...) Eixa gent va quan va. Després està el que va ahí totes les setmanes” (home, 51 anys).

“D’obsessionats n’hi ha, però lo que fèiem abans no és d’obsessionats, és la juerga, la festa, el nar tots” (home, 54 anys).

“Aficionados aficionados de veritat, d’estos que van tots els dies, que és com una addicció, són els menos, el resto és burrera o hi ha la necessitat de tant en tant de tindre que nar” (home, 55 anys).

71

L’assistència al club en grup en un context festiu pot operar sovint com una forma d’**iniciació al consum de prostitució** en el que la participació en pràctiques col·lectives funciona com mecanisme de transmissió de conductes i valors patriarcals. Així, constatem que molts homes que consumeixen individualment ho han fet prèviament amb la companyia d’altres barons, amb els quals podríem dir que “han après” a fer-ho:

“Comences a nar per l’ambient de festa i després ja va gent, pues alguns més assiduos” (home, 54 anys).

“Normalment es va més en grup. Però això és una cosa similar a la coca, comences a prendre quan eixes de festa en els amigatxos i sempre n’hi ha qui acaba prenent a soles dins de sa casa. Però normalment és en grups” (home, 54 anys).

A més a més, en el passat el consum de prostitució funcionava en certs casos com un **mecanisme d’iniciació al sexe**, de manera que uns homes solien portar a altres als clubs perquè tingueren les seues primeres relacions sexuals. En el nostre treball de camp trobem l’exemple d’un home de quaranta-cinc anys que va tindre relacions sexuals per primera vegada en un club, així com relats d’homes més joves que han participat en pràctiques semblants:

“Jo la primera volta que vaig pujar va ser a Benidorm. (...) Va ser matar el cuquet que portem dins i provar coses que no

havies provat mai. (...) Pues va ser la dinà dels quintos, però dels quintos que mo'nàvem a la mili (...). Entre tots els quintos vam pagar no sé si dos o quatre xicones i vam fer un sorteig aixina en paperets i al que li va tocar pues li va tocar” (home, 45 anys).

“Nosaltres va haver un amic, (...) pues el xic no havia perdut la virginitat i era el caxondeo. (...) I sí que és cert que va haver un cumpleanyos que li vam regalar, vam dir: ala, hui vas a estrenar-te sí o sí. I el vam portar allí i vam dir: ala! Però va ser un poc òbviament de caxondeo i sobretot també perquè estàvem farts de vore-lo amargat” (home, 36 anys).

En aquest sentit, constatem com a vegades **uns homes conviden uns altres**, oferint-se a pagar els serveis de prostitució de forma individual o grupal, ja siga per ajudar-los a cobrir el que consideren una necessitat bàsica, ja siga per a incitar a consumir prostitució a aquells que, per diferents motius, opten per no fer-ho:

“I un amic meu em va preguntar: xe, i tu? Jo?, res. Xe, i perquè no vas? Perquè no tinc ni un duro, és veritat, jo no tenia diners per anar. (...) I eixa persona va dir: vale, pues di-me quin dia vols que anem i jo te ho pague. Però me ho va pagar no com un acte de festa, sinó: sé que tens una necessitat, jo te la pague. I mon vam anar un dia els dos i au. I ell va dir: veges quina t'agrà i jo te ho pague” (home, 55 anys).

“El que sí que fèiem, també pues per diversió tot, i per burrera, era que agafàvem i fèiem com un sorteig i al que li tocava pues bueno, no sé si ho fèiem en paperets o alguna història aixina i al que li tocava, pues li la pagàvem” (home, 44 anys).

Així, alguns dels homes entrevistats assenyalen haver anat a clubs o haver consumit prostitució per **influència del grup d'iguals**, en la mesura que aquells que van més habitualment i que tenen més naturalitzat el consum

de prostitució animen o pressionen a altres a fer-ho. La necessitat constant de demostrar i provar la masculinitat hegemònica davant del grup d'iguals contribueix al fet que altres homes acaben participant de les mateixes pràctiques:

“De fet és que ha passat sempre, el nòvio sempre ha sigut el primer [a consumir prostitució en un comiat de solter]. A lo millor per vergonya, per no... Per vergonya no, per no decepcionar als altres, per no ser menos home o el que siga, pues sempre inclús el nòvio ha consumit prostitució” (home, 45 anys).

“Situacions en les que vas quatre o cinc en un cotxe, condueix un altre i diuen: ie, parem ací! [en un club] (...) Clar, és una situació un poc violenta. Jo crec que ells no són conscients d'això, però clar, és com que acabes anant obligat. No he arribat a entrar, ja et dic. Però es donen eixes situacions que imagine que a més gent li haurà passat, que acaba allí un poc arrossegat pel grup” (home, 41 anys).

En moltes ocasions, els homes que acudeixen a clubs influenciats per les pressions grupals remarquen haver anat però no haver consumit, el que podríem pensar com **“masculinitats còmplices”**, homes que no reproduïen del tot els mandats patriarcals, però que els legitimen amb la seua participació en pràctiques col·lectives patriarcals i es beneficien d'alguns dels seus privilegis:

“Uno deia: ie, voleu que anem? I els demás s'apuntaven al carro. La gran majoria de voltes es va per això, perquè n'hi ha uno que toca els collons i va tot el grup” (home, 55 anys).

“El qui no vol pujar no puja, i només que siga un mínim intel·ligent ni ho saben que no has pujat. Perquè apleguen allí, un puja l'altre baixa, un puja vint minuts, un altre puja mig hora, l'altre està tres quarts. Ahí quan navem a eixos puestos lo mal era nar-se'n” (home, 54 anys).

74 2. Àmbits masculins i consum de prostitució: festa, feina i esport

La dimensió col·lectiva del consum de prostitució comporta que estiga imbricat en la vida social, relacionant-se amb àmbits masculinitzats com són la festa, la feina i l'esport, dins dels quals es generen diferents **trobades, rituals i agrupacions on participen exclusivament homes**. El caràcter no-mixt d'aquests àmbits i actes socials contribueix de forma clara a l'emergència de pràctiques i rituals col·lectius associats al consum de prostitució.

En primer lloc, l'**àmbit festiu** és una de les principals esferes on es produeixen rituals d'exhibició i validació de la masculinitat. Tot i que la majoria dels actes de les festes compten en l'actualitat amb la participació d'homes i dones, existeixen certes festivitats on continuen funcionant actes i agrupacions no-mixtes. En particular, la festa de **Moros i Cristians**, present en molts dels municipis de la Marina Alta, és la que compta amb una major quantitat d'agrupacions i actes segregats per sexe. Tot i que cada vegada són més habituals les "filaes"¹⁰ i "càbiles"¹¹ mixtes, en la majoria dels casos continuen estant conformades o només per homes o només per dones. A més a més, en municipis com Benissa i Dénia no estan permeses les "filaes" mixtes i els intents de generar-les han trobat l'oposició d'una part important de la població i han fracassat. En aquest context, les "filaes" d'homes operen com espais de festa, consum d'alcohol, droga i desinhibició, on solia

¹⁰ Les "filaes" són les diferents agrupacions que desfilen en la festa de Moros i Cristians. Cada "filà" pertany al bàndol moro o cristià, té un nom propi, representa un personatge històric i té una vestimenta pròpia.

¹¹ Les "càbiles" són els locals on es reuneixen les diferents "filaes".

75 ser habitual contractar col·lectivament strippers o dones prostitutes i on continuen generant-se situacions on certs homes acaben consumint prostitució:

"Les filaes que són estrictament d'homes és com si els homes que participen en eixes filaes tenen el seu espai reservat a banda de la seua vida normal i corrent de tots els dies per a fer totes les burraes que els passen pel cap. Vull dir, tant a nivell de menjar, menjar, pues jo què sé, si les dones no els deixen menjar grasses i coses aixina pues ahí es posen hasta el cul de menjar, de beure, de drogar-se i en el consum de prostitució" (home, 45 anys).

"Sempre s'ha dit que el tema moro i cristià és molt, sona molt que ho diga, és molt putero, per dir-ho d'alguna manera. I que possiblement la gent de antes pues ho utilitzava més per a estar més tancat i que la dona pues... (...) Possiblement a dia de hui encara la gent que és més major major, pues a lo millor aprofita eixos dies per fer una escapà i anar-se'n a algun club o algo, o fer lo que tinga que fer" (home, 36 anys).

Per altra banda, les "**quintes**"¹² són una altra agrupació festiva que ha estat tradicionalment vinculada amb el consum de prostitució. Si bé en el present en la majoria dels pobles les "quintes" o "quintaes" són agrupacions mixtes -a vegades també de diferents rangs d'edat-, en el passat era habitual que foren només d'homes i que entre

¹² Les "quintes" són les agrupacions de joves que es fan majors d'edat en eixe any. Els "quintos" són considerats com els protagonistes de les festes del poble, són responsables de diferents tasques d'organització de la festa i participen de diversos rituals de pas. Una vegada completen el ritual passen a ser "festers", terme que freqüentment s'utilitza com sinònim de quinto. El terme de quinto prové de l'obligatorietat imposada durant el regnat Juan II de Castella al segle XV i represa per Felipe V al segle XVIII per la qual un de cada cinc joves majors d'edat s'incorporava a l'exercit reial. Més enllà de l'àmbit festiu, la quinta funciona al llarg de la vida com un element clau d'estructuració dels grups d'amistat i sociabilitat dels pobles.

76 els actes realitzats s'inclogueren rituals d'exhibició de masculinitat, com per exemple la "putà", on els quintos passaven per proves humiliants i violentes, o anar en grup a un club on alguns dels joves consumien prostitució:

"Jo encara era d'una generació en la que devíem d'anar a la mili. (...) Els quintos que havien d'anar a la mili i ens tocava a nosaltres, i vàrem anar al mercat i ens vam passar tot el matí repartint pegatines i arreplegant diners. I després vàrem anar a dinar per ahí i vàrem acabar en les putes en Benidorm. (...) És com que era lo tradicional, el anar a dinar i després acabar en les putes. Jo pense que això sempre es feia un poc aixina, almenys en els pobles" (home, 44 anys).

"Nosaltres vam ser festers al 95 (...). I clar, sí que al acte de presentació de l'any 96 mosatros anàrem vestits de trage i pajarita i els vaig dir: xicons, hui és el dia bo per nar-mos al Quijote, hui que nem tots ben elegants, en camisa blanca i tal, hui és el dia de nar-mos al Quijote. I vam acabar l'acte de presentació i mos vam anar" (home, 45 anys).

Els **comiats de solter**, ritual de pas amb el qual es marca la fi de l'etapa vital de solteria, és un altre acte festiu íntimament lligat amb el consum de prostitució. Així, solen estar segregats per sexe i és habitual que els grups d'homes contracten strippers o acudisquen a clubs col·lectivament on, de vegades, alguns d'ells consumeixen també prostitució:

"Ahí [al club] n'hi ha a lo millor una sala, queremos que una nos haga un striptease, pues os vale 200 euros. Com són vint posen deu euros cada ú i la xica li fa el striptease ahí al nóvio. (...) Despedides sí que es típic això de nar a sopar en el club. Això es manté. Ara que a lo millor tots els que naven se'n pujaven pac amunt i ara no puja casi ningú" (home, 51 anys).

"Despedides de solter va haver un temps que se feia no, era obligatori! L'autobús era obligatori... (...) Els autobuses d'ací cap allà, paràvem a un parell de puestos [de clubs] segur, i después cap allà. Això era... a una despedida era obligatori. (...) Això abans és que era normal, ho portava la festa, i era una cosa normalità. (...) Això no pots dir mai que pujaven tots, però molts, la majoria" (home, 45 anys).

77

Més enllà de festes i rituals masculins com els que acabem de descriure, l'**oci nocturn** en un sentit més ampli opera en moltes ocasions com un àmbit no-mixt de desinhibició, alcohol, droga -principalment cocaïna- i joc que diferents homes associen amb el consum de prostitució. De fet, els clubs han funcionat fins fa poc com llocs de festa i sociabilitat masculina que es concebien com una alternativa més d'oci nocturn als que acudien amb freqüència grups d'homes:

"Ací, a esta zona forma part d'un ambient. Això s'ha tornat una cosa igual com el temps de consum i coca, és un vici més de la festa. Forma part de la festa. Molta gent va perquè li a grànar, uns altres perquè hui està de paella en uns i com van tot segueixes el rotllo i allà que vas i és aixina. És en ambient de festa principalment" (home, 54 anys).

"En àmbits com el joc, ahí també n'hi ha un punt també prou relacionat en la prostitució. És a dir: va, se n'anem al casino, si guanyem, el que guanye paga, digam. (...) Jo per exemple recorde una volta haver anat al casino a Benidorm en uns amics i un d'ells havent guanyat prou diners a la ruleta i dir: ara parem a les putes!, i jo vos convide!" (home, 45 anys).

A més a més, tot l'anterior es vincula amb una organització de la **sociabilitat marcadament estructurada per sexe**, de manera que és habitual, sobretot entre la població d'una

78 certa edat, que les “colles” o “quadrilles” d’amics siguin no-mixtes. Així, el treball de camp evidencia que és comú que aquests grups d’amics es reunisquen regularment en certs bars on l’assistència és majoritàriament masculina o organitzen trobades on participen només homes i on emergeix a vegades el consum de serveis sexuals:

“Quan érem joves, molt joves, en díhuit deneu anys pues sí que anàvem [al club]. Però era com una altra opció d’oci, i a vegades sí que ho gastàvem. I era, pues això, pues per a divertir-se un rato. Nosaltres solíem anar perquè feien com un striptease a les dos del matí. (...) Per la tonteria d’anar a vorer el striptease i sempre hi havia algú que pujava a lo millor dalt pues com pa fer-se l’home o perquè ja ho tenia com algo naturalitzat” (home, 44 anys).

“En un sopar d’una colla aixina, que a lo millor acaba tard i tanquen els pubs o lo que siga i bueno, pues vas en el cotxe i: xe, nem a parar ací. Que a lo millor és un comentari mig de broma mig en serio, i bueno, acaben volent anar allí. (...) Es veu com una gràcia, com una gracieta, com divertit d’alguna forma” (home, 41 anys).

En segon lloc, l’àmbit de la feina i els sectors laborals masculinitzats constitueixen una altra esfera on es generen trobades i espais només d’homes i es desenvolupen pràctiques col·lectives associades a la prostitució en les quals participen tant els treballadors i obrers com els caps i empresaris. Així, constatem com durant el període del ‘boom’ immobiliari, quan el **sector de la construcció** va deixar importants beneficis en la zona de la Marina Alta, era comú anar a clubs com una **extensió de la jornada laboral**. En concret, era habitual que els treballadors de la construcció cobraren en efectiu al final de cada setmana,

treballaren fins a divendres a mig dia, anaren a dinar en grup i acabaren acudint a clubs i consumint prostitució: 79

“En sectors com la construcció, vamos, això que el divendres ja pares, divendres a migdia que per la vesprada ja no treballen i tenien la costum que se’n anaven a dinar sempre el divendres i, vamos, de dinars ahí baix [en els clubs], però vamos, automàtic. (...) Se guanyaven molts diners en eixe sector, vull dir, lo que eren yesaires, lo que eren obrers, estaven guanyant diners que no sabien què fer d’ells i eixa era una manera també de gastar-se els diners” (home, 45 anys).

“Jo treballava molt ahí a la construcció fent xalets. (...) I això també quan es guanyaven tants diners lo que feia això és que un muntó de gent treballava en divendres hasta mig dia, ja paraven a dinar, i això, después de dinar feien les copetes i venia lo altre, de camí a casa ja paraven i au, i después pac a casa” (home, 54 anys).

En altres casos, més que com una extensió de la jornada laboral, observem que s’acudeix en grup als clubs en ocasions més puntuals com **celebracions** per la finalització d’una obra, dinars i **sopars d’empresa** o aprofitant desplaçaments laborals per motius comercials o per assistir a **fires** i altres esdeveniments professionals:

“Jo era electricista i el dia de la Candelària, com no!, pues vam acabar tots anant [a un club] a fer-mos una i el proveïdor de l’almacen ens convidava a fer-mos una” (home, 55 anys).

“Era molt, era molt típic, per dir-lo d’alguna manera, molt tradicional el fer un sopar d’empresa i d’alguna manera acabar en un lloc d’eixos. Algú d’eixos acabava... O sea, si no tots, òbviament quatre o cinc s’escapaven i acabaven en un club d’alterne” (home, 36 anys).

“Quan treballen molt els clubs? A les fires. Fira de la porcelana... Vamos, no les fires, tu te vas a València i quan fan les carreres de motos no hi caben, vamos, a reventar. I quan tens la fira de la ceràmica o la fira de no sé què” (home, 51 anys).

Igualment, diversos homes entrevistats també expliquen que durant el període del ‘boom’ immobiliari era habitual acudir als clubs i pagar el consum de prostitució en el marc de la negociació o celebració de **grans acords comercials**:

“Un negoci s’acabava nant a eixos puestos, es consolidava ahí. (...) En eixa època de bonança era com un valor afegit portar-te a un puesto d’eixos i rematar el tracte allí. Era com que t’halagaven. De quina forma? Pues en beguda, en sexe i en lo que fora. (...) N’hi havia dos formes. Quan una cosa era de molts diners i no conseguien desmuntar a l’empresari a lo millor se l’emportaven ahí a vore si aixina cedia. O coses ja fetes que havien eixit molt bé i entonces els que havien intervingut en eixe tracte si havien guanyat molts diners pues naven allí, a celebrar-ho allí. Si eren tot homes, pues naven allí” (home, 55 anys).

“Tu eres un constructor, tu tens que fer no sé què i pues en vez de quedar ací pues nem al puticlub i ahí ixen... ahí es feien tots els negocis” (home, 40 anys).

En tercer lloc, l’**àmbit de l’esport** es dibuixa com una última esfera on són habituals les agrupacions i pràctiques masculines. En el cas de la Marina Alta, destaca la caça, la qual molts dels homes entrevistats assenyalen com íntimament vinculada amb l’assistència grupal a clubs i el consum de prostitució. En concret, expliquen que és habitual que coincidint amb els períodes d’inici de la temporada de **caça** (“alta de caça” o “rompuda”) grups de caçadors passen caps de setmana en cases de camp

ubicades en la mateixa comarca o en altres zones com Albacete, aprofitant per a contractar dones prostitutes o acudir als clubs:

“Una caça, que s’ajuntaven deu, dotze o vint persones i creaven una caça i tenia el seu nom. Entonces sí que feien la rompuda, feien la festa i si que n’hi havia que a lo millor portaven a una xica allí, però era més burrera que un altra cosa. Això ha nat perdent-se molt. (...). No et dic jo que el dia de la rompuda sí que n’hi ha qui aprofita i diu: la rompuda!, que escomença la cacera!, i se’n van allí i a lo millor acaben de sopar i se’n van al club” (home, 51 anys).

“En l’alta, que és quan s’obri la veda de caça, que tots els marits els diuen a la dona, que és lo típic, monem de caseta de torrà i això, estem un fin de semana. Pues això ho aprofiten pa nar a les putes, al club. (...) A voltes n’hi ha homes que diuen: me’n vaig de alta. I quan torna li diu la dona: però t’has deixat la escopeta, fill de puta! (riu)” (home, 40 anys).

El món del **futbol** és un altre àmbit molt masculinitzat que es vincula en certes ocasions amb el consum de prostitució, ja siga en el marc de trobades i celebracions d’equips de futbol, ja siga en bars i penyes on es reuneixen seguidors de determinats equips o en el context de grups d’homes que es desplacen a veure partits de futbol:

“Jo havia una temporà que nava en uns amics a vore el València, a València, tant diumenges com entre setmana i va haver un temps que teníem costum de nar al futbol i tornant paràvem al Maxx [club ubicat en l’eixida de València]. (...) I era curios perquè veies a gent que coneixies de que van al futbol i tal, i els veies ahí. (...) És com una altra excusa, una altra coartada. D’on vens tan tard?, eh!. Pues n’hi havia tapó a l’eixir de València. I ja està, saps?” (home, 45 anys).

“Anàrem a fer-mos una revisió de l'equip de futbito i vam acabar sopant uns quants. L'entrenaor, no sé qui, no sé quantos i d'ahí se'n vam anar, mos vam quedar quatre i aquells: nem, nem [al club], i pues mira. Era, jo tenia, pues desset anys trobe que tenia” (home, 36 anys).

el consum: entre allò individual i allò col·lectiu



Els homes aprenen, naturalitzen i legitimen el seu consum a través de diferents pràctiques i espais homosocials vinculats a àmbits de vida com la festa, la feina i l'esport.



Cada vegada tenen més pes noves formes de consum més individuals i dissociades de la vida social.

84 3. Les comunitats virtuals: els “foros de puteros”

L'àmbit virtual opera com una altra esfera on el consum de prostitució pren una important dimensió col·lectiva. Així ho constatem en els “foros de puteros” on els clients generen comunitats virtuals on comparteixen les seues experiències de prostitució amb altres homes. Abans de passar a abordar aquesta qüestió, volem aclarir que ens referim a aquests llocs web com “foros de puteros” perquè és el concepte amb què s'autoanomenen, apropiant-se del terme “putero”, normalment associat amb una valoració negativa dels clients, amb l'objectiu de reivindicar el seu orgull en tant que homes consumidors de prostitució. A més, deixem el terme en castellà perquè són espais on totes les interaccions es produeixen en aquest idioma.

L'objectiu principal d'aquests fòrums és generar espais on els **homes que consumeixen prostitució puguin trobar-se i conèixer-se**, compartir informació sobre les dones i els seus serveis, ajudar-se mútuament, relatar experiències positives i negatives, avisar-se de possibles estafes, fotos falses i anuncis enganyosos, fer-se recomanacions o informar-se de l'arribada de noves dones. Aquests fòrums s'organitzen per comunitats autònomes i per províncies, i els fils es dediquen a compartir informació sobre dones prostitutes, pisos, clubs i zones de prostitució de carrer o carretera. Aquestes webs també permeten generar converses privades amb altres usuaris del fòrum.

Responen a la necessitat que tenen els clients de compartir amb altres homes les seues experiències de prostitució,

perquè això els permet **exhibir pràctiques patriarcals i rebre validació de la seua masculinitat** per part del grup d'iguals. Així, publiquen relats molt detallats dels serveis sexuals que reben en clubs o pisos, explicant tot allò que fan des que arriben fins que se'n van, incloent-hi descripcions en profunditat de les dones i de les pràctiques sexuals que desenvolupen. Parlen sobre qüestions com la mida del seu penis, la preferència per l'ús o no de preservatiu, les diferents pràctiques sexuals que els agraden o pràctiques sexuals menys convencionals sobre les quals tenen dubtes o inquietuds. També són habituals els missatges en clau de broma, com llistes d'emoticones per descriure els tipus de tetes o definicions del que consideren un “macho”, així com demostracions de sexualitat activa, com poden ser referències a les ganes que tenen de tindre relacions amb una certa dona.

Són espais virtuals on els homes es fan al·lusions mútues, s'agraeixen els consells i es gratifiquen de compartir amb altres barons, generant **complicitats, vincles i solidaritats homosocials** que confirmen que la relació prioritària és el que s'estableix entre els homes. Així per exemple, les instruccions del fòrum Spalumi expliciten que és un espai “de, por y para los foreros”, on “la lealtad de los foreros debe ser hacia los foreros, no hacia las profesionales”. En aquest sentit, s'insisteix en el fet que no s'ha d'usar el fòrum per a saludar les dones o per a complaure-les amb missatges positius, sinó que l'objectiu del fòrum és compartir informació “independent”, sent sincers tant sobre les experiències positives com negatives, de manera que siga útil per a tots. A més a més, aquests vincles i

86 complicitats no es limiten a l'àmbit virtual, sinó que també es generen **trobades presencials**. Els usuaris planegen visites junts a clubs i organitzen trobades on es reuneixen per anar en grup a consumir prostitució, relatant-les després en el fòrum i comentant que han trobat a faltar a tal o qual "forero".

Aquests fòrums funcionen, per tant, com **espais de legitimació grupal del consum de prostitució**. De fet, es tracta de webs que han anat sorgint al llarg dels últims quinze anys, en un context de creixent importància del feminisme i de pèrdua de legitimitat del consum de prostitució, en el qual els homes enfronten cada vegada més dificultats per trobar espais no-mixtos on poder parlar obertament de prostitució i rebre validació per part d'altres homes. En aquest sentit, és interessant assenyalar també que els usuaris tenen nivells com "primeras palabras", "licenciado en lumis" o "sabio supremo", el que evidencia que existeix una transmissió homosocial de les pràctiques de consum de prostitució entre aquells més experts i els que s'estan iniciant.

4. Entre la fanfarroneria i el pacte de silenci masculí

L'experiència de consum de prostitució és viscuda i integrada de manera ambivalent per part dels clients. És habitual que els homes compartisquen i relaten les seues experiències de consum de prostitució amb altres barons, amb l'objectiu d'obtenir legitimació grupal i validació

de la seua masculinitat. **La narració, la fanfarroneria i la broma** funcionen com mecanismes clau des dels quals compartir i naturalitzar experiències de consum de prostitució, com evidencia la circulació de llegendes al voltant de pràctiques sexuals grupals com la "llençolà"¹³, vídeos de grups d'homes tenint relacions amb dones prostitutes, històries i bromes sobre experiències en clubs o altres anècdotes vinculades al consum de prostitució que es comparteixen en moments de trobada entre homes:

"Pero sempre, a mi em fa gràcia que sempre tenen necessitat de contar-ho. (...) Com una manera de donar de menjar al machito. (...) No és només fer-ho, és contar-ho. (...) Per fer-se els machos, els guais. (...) Contar batalletes, fer-se els homes, saps?," (home, 45 anys).

"Agarren un cotxe i se'n baixen tots, passen tres o quatre hores [al club] i se'n pugen tots. I després se ho conten i se ho riuen. És la seua forma de fer-ho. (...) Normalment no van a soles, sempre sol haver algun compinxe que va en tu, i algú que te ho pugues contar en ell. Això sol ser aixina" (home, 55 anys).

Els homes comparteixen les experiències de prostitució amb el grup d'iguals, però alhora és habitual que preferisquen ocultar-ho a altres persones, principalment si es tracta de dones. D'aquesta manera, es genera un **pacte de silenci masculí** que fa que els relats i les bromes sobre prostitució circulen dins dels grups d'homes, al mateix temps que assegura que aquesta informació no

¹³ Pràctica en la qual un grup d'homes s'asseuen al voltant d'una taula, quedant la part inferior del cos coberta per un llençol. Una dona prostituta masturba o realitza fel·lacions als diferents homes, els quals han de dissimular, de manera que aquell al que se li note ha de pagar els serveis sexuals.

88 arribe a les persones del seu voltant que podrien rebutjar aquesta pràctica. El nostre propi treball de camp ha fet evident aquest pacte de silenci en el qual participen tant els homes que consumeixen com altres que no ho fan però que són còmplices amb aquest pacte. Així, molts dels barons amb qui hem parlat al llarg de la recerca admetien conèixer altres homes que consumeixen prostitució, però no volien donar contactes o consideraven que era un tema privat que preferien no plantejar als seus coneguts:

“Entre hòmens es parla. Nem a vore, que sapia jo, no n’hi ha ningun home que crega que l’altre va a contar res de tot això, entonces es parla obertament i ninguna dona s’entera. Això sí que és sagrat no contar-ho. Però tu ara vas i coneixes a tres o quatre, tires la broma i ix la conversació en tota la naturalitat del món” (home, 55 anys).

“Això quedava un poc dins de lo que és el grup d’amics i ja està. Pues no sé, a lo millor et trobaves allí a algú conegut, però és com que sempre, clar, tu em tapes a mi i jo et tape a tu, i ací ningú, no passa res. Però que això obertament no ho diem. A mi per lo menos em feia molta vergonya” (home, 44 anys).

Igualment, diferents homes entrevistats subratllen com aquest pacte de silenci es respecta fins i tot **entre familiars**, prioritant les lleialtats homosocials per damunt de les relacions amb dones amb les quals els uneixen vincles de parentiu primari:

“Ha passat d’amics meus que s’han trobat al seu sogre (riu), i coincidir allí i dir: hòstia! I cada uno dir: ie! Ai, què té que dir? Ei, ningú ho pot dir (riu). (...) N’hi ha pacto de caballeros, clar” (home, 40 anys).

“Quan anàvem al puticlub estava el seu cunyat també, saps? El seu cunyat anava pel seu compte i m’ho trobàvem allí. I ell i el seu cunyat es portaven de puta mare. Mai li vaig voler una mala cara cap al cunyat. (...) Com dos hòmens, com una cosa normal i natural, que l’home deixara a la dona en casa i s’anara al puticlub. (...) Ho veia com algo normal, això els hòmens ho podien fer” (home, 44 anys).

També constatem que molts homes consumeixen prostitució **de manera oculta evitant ser vistos per altres persones**, sobretot en els casos en què tenen parella i fills/es o un cert prestigi social. Aquesta cerca de discreció resulta especialment important entre els homes que resideixen en municipis xicotets, on la majoria de les persones es coneixen i la imatge pública resulta fonamental. Això comporta que alguns homes opten per consumir prostitució en pisos o en clubs allunyats dels seus municipis on és més improbable trobar-se amb alguna persona coneguda. Aquesta és una de les raons per les quals els pisos es troben en municipis d’una certa dimensió o en zones d’urbanització dispersa on hi ha un major anonimats:

“N’hi haurà empresaris respectables o n’hi haurà el que està casat i té tres fills, pues tampoc li agradarà molt que es sàpia. Home, que no has mort a ningú, però jo què sé” (home, 51 anys).

“Porque clientes casados españoles no suelen ir a los clubs. No les va. Ellos se esconden. Y la máxima discreción, solo te puede ver el vecino de al lado, es en los pisos. (...) En los pisos estos son más sumisos, vienen ahí calladitos (rie), ¡vienen silenciosos!, vamos, escuchan un ruido de la habitación de al lado: ¡ah!, ¡ah!, ¿todo bien? (rie) (...) Tienen miedo, claro, porque siempre se esconden de la mujer” (dona que exerceix).

90 A més a més, l'íntima vinculació entre el consum de prostitució i àmbits de vida com la festa, la feina o l'esport analitzada prèviament també contribueix de manera clau a què els homes puguen consumir en secret, en la mesura que qüestions com reunions d'agrupacions festives, obligacions laborals o esdeveniments esportius operen com **excuses** que permeten consumir prostitució sense ser descoberts per les parelles o altres persones conegudes:

“Entonces sí que és veritat que sí que s'utilitza la festa o les reunions com a excuses front a les seues famílies de: hòstia, se m'ha fet tard perquè estava de reunió, però vamos, no era per la reunió algunes voltes. (...) Al final jo crec que el que consumeix prostitució lo que busca són excuses i acompanyades, i coartades. Entonces, pues nar a vore una partida de pilota és una coartada igual de bona que: he tingut la reunió dels moros i s'ha alargat”. (home, 45 anys).

Altrament, les **dones que exerceixen i els mateixos clubs també són peces importants d'aquest pacte de silenci.**

Per una banda, constatem com les dones prostitutes cobreixen els homes, tant per evitar el fort estigma que caracteritza a la prostitució, com per solidaritat amb altres dones o per mantindre els clients. Per altra banda, observem que els clubs compten amb pàrquings privats on poder ocultar els cotxes, prohibeixen l'entrada de dones i s'espera que els seus treballadors guarden silenci sobre allò que presenciaven durant el seu horari laboral:

“Yo siempre intento dar el convencimiento de que su marido no ha venido nunca, ¿sabes?, para que se queden tranquilas, porque yo soy mujer, sé lo que hay y sé cómo se pueden sentir. (...) Por los dos. Pa no quemarlos a ellos y para que ellas tampoco... para que no tengan ningún problema. A mí no me

gusta crear problemas, porque sería muy jodido, ¿después qué problemas tienen ellos en casa si yo digo algo? (...) Después ese cliente yo también lo pierdo” (dona que exerceix).

“Para hacer el servicio [en un club de Alicante] tienes que firmar un contrato de confidencialidad, ¿vale?, oír, ver y callar” (treballador de club).

Alhora, alguns dels homes entrevistats també expressen sentiments de **vergonya**, bé perquè el recurs a la prostitució es concep com un fracàs respecte del model de masculinitat patriarcal segons el qual els homes han de ser éssers sexualment actius amb capacitat de conquerir i tindre relacions amb les dones que desitgen, o bé perquè perceben que el consum de serveis sexuals ha perdut legitimitat en els últims anys i senten un cert rebuig social. Això comporta que en alguns casos els homes opten per compartir-ho només amb persones de molta confiança:

“I no és que uno es senca orgullós d'això ni molt menos, perquè al final ixes mal. No et penses que ixes bé. El que són aficionats es queden contents i a gust, el resto no mos sentim com si haveres fet la gran proesa de la teua vida. No és algo tampoc... divertit ni res. És dir, necessitaves fer-ho, vas, ho fas i s'ha acabat. (...) No són gratificants, perquè no és com haver lligat i tindre relacions en una xica. No té res a vore” (home, 55 anys).

“Bueno, jo sempre ho he intentar portar en secret. Mosatros quedàvem com si mos anàrem de festa i ja està. (...) Ja no és que estiguera ni ben vist ni mal vist. Era pues és que tampoc volíem ser la quadrilla de gent jove que pel poble comentaren: estos queden pa nar-se'n a les putes. Pues tampoc volíem això” (home, 45 anys).

En aquest sentit, alguns dels homes entrevistats subratllen que el consum de prostitució està **estigmatitzat** i

92 consideren que s'associa equivocadament amb el maltractament de les dones o la delinqüència:

“Perquè està estigmatitzat. Home, hui tu si li ho contes a una dona eres un putero, però un putero en tota la mala llet que es puga tindre. Entonces com vas a contar-ho? (...) N'hi ha una carrega... eres un maltractador de dones, no sé, eres un no sé què, buff, molt fort. (...) El gran problema hui en dia és que s'ha bolcat tant a la contra de que pareix que sigues un delinqüent, perquè ja et traten com un delinqüent si has fet això. Que veus per televisió: ¡dilo claro!, ¡un putero! Per favor, que ningú sàpia que jo he anat alguna volta (riu)” (home, 55 anys).

Tanmateix, és important matissar que el concepte d'estigma fa referència a persones que es troben en situacions subalternes, de manera que aquest terme no pot ser aplicat als clients, agents en posició de privilegi en l'àmbit de la prostitució. Així, d'acord amb Sánchez (2019), mentre que les dones prostitutes reben un estigma que és identitari i que travessa tota la seua vida i subjectivitat, **els clients es veuen contaminats de manera transitòria**, durant el moment puntual del consum, d'aquest estigma. És per això, assenyala aquesta autora, que les campanyes d'estigmatització dels clients acaben revertint en les dones que exerceixen i no en els homes.

“Siempre vamos a ser prostitutas. Hay algunos que se enamoran hasta el forro de chicas como nosotras, pero por el simple hecho de que somos prostitutas, los principios, la sociedad, todo eso, pues como que los echa pa atrás. Porque eso yo lo he visto, lo he pasado y he tenido compañeras también que igual. Siempre ha sido una profesión como de rechazo. La sociedad lo ha creado así. Tú eres prostituta, te quiero para follar, me encantas, me vuelves loco, pero tú ahí” (dona que exerceix).

entre la fanfarroneria i el pacte de silenci masculí

93



CONTAR PER SER RECONEGUT

“Después se ho contan i se ho riuen. Sempre sol haver algun compinxer que va en tu, i algú que te ho pugues contar en ell”



PRESUMIR ENTRE HOMES

“No és només fer-ho, és contar-ho. Per fer-se els machos. Contar batalles, fer-se els homes.”

NATURALITZACIÓ DEL CONSUM

“Però tu ara vas i coneixes a tres o quatre, tires la broma i ix la conversació en tota la naturalitat del món.”

“FOROS DE PUTEROS”

- Internet com a nou canal per compartir el consum i exhibir masculinitats patriarcals.
- Webs on els clients puguen conèixer-se i compartir informació.
- Comunitats virtuals on els clients generen complicitats i solidaritats homosocials
- Espais de legitimitació grupal davant de pèrdua de legitimitat del consum de prostitució

S'EXHIBEIX ENTRE HOMES PER OBTINDRE VALIDACIÓ
S'OCULTA A LES DONES PER PROTEGIR-SE MÚTUAMENT

DISCRECIÓ PER A CONSERVAR PRESTIGI SOCIAL

“Ellos se esconden. Y la máxima discreción. Tienen miedo, claro, porque siempre se esconden de la mujer.”

SILENCI PER LLEIALTAT HOMOSOCIAL

“S'han trobat al seu sogre al club i ningú ho pot dir. N'hi ha pacto de caballeros.”

FRACÀS DE LA MASCULINITAT

“Sempre ho he intentat portar en secret. Tampoc volíem que pel poble comentaren.”

EXCUSES I COARTADES

“S'utilitza la festa o les reunions com a excuses front a les seues famílies”

AFECCIÓ TRANSITÒRIA DE L'ESTIGMA DE LES DONES

“Pareix que sigues un delinqüent, un maltractador de dones. Per favor, que ningú sàpia que jo he anat.”

94 5. Discursos legitimadors del consum de prostitució

El consum de prostitució és una pràctica que ha anat perdent acceptació social al llarg dels últims anys, el què comporta que els clients necessiten recórrer a **mecanismes de legitimació per a naturalitzar, justificar i validar**, tant de cara a si mateixos com de cara a la resta de la societat, el seu consum o la seua participació en pràctiques col·lectives associades a la prostitució. Durant el nostre treball de camp hem trobat una multiplicitat de discursos legitimadors que podem sintetitzar en nou idees:

• Tots els homes ho fan

Alguns dels homes entrevistats justifiquen les seues pràctiques al·ludint al fet que la majoria dels homes han consumit prostitució o anat a clubs en algun moment de la seua vida, perquè durant molt de temps ha estat una pràctica normalitzada que no es concebia negativament:

“Jo en els meus amics sí que es pot parlar obertament, perquè tots sabem lo que n’hi ha i tots han nat de putes. (...) Vull dir, qui no ha nat a vore un striptease? Qui no ha nat de putes? (...) És una cosa que està acceptat culturalment. (...) Vull dir, és com la cocaïna, és il·legal però tu saps que tots es fan. Este se’n fa, l’altre se’n fa, el alcalde se’n fa, els concejals se’n fan. Està acceptat” (home, 40 anys).

“Todos los políticos, todas las autoridades y todos vuestros maridos, ¡todos!, en un momento dado han pasado por el club. (...) Todos. Y el que diga que no es mentira” (treballador de club).

• Sempre ha existit

Altres homes naturalitzen el consum de prostitució assenyalant que és una pràctica que existeix des de temps ancestrals i que continuarà existint sempre:

“La prostitució és una cosa que ha estat de tota la vida, és el treball més vell del món. I sempre l’han volgut ignorar i tancar els ulls” (home, 54 anys).

“I això no es té que acabar mai en la vida, ja te ho dic” (home, 40 anys).

“La prostitución es la profesión más antigua del mundo. La primera prostituta fue María Magdalena. Eso pa empezar” (treballador de club).

• És una cosa normal

També observem que diferents homes descriuen el consum de prostitució o l’assistència als clubs com pràctiques normals que es poden comparar amb altres actes quotidians com, per exemple, jugar a cartes o anar a una cafeteria:

“És una cosa cultural. És una cosa com normal, com dir: nem a jugar a cartes. Un diu: vols que anem?, i algú diu: pues jo sí. Altre diu: jo no, que me tinc que anar” (home, 40 anys).

“Hoy en día entras en un club y es como si fuera una discoteca, un discopub. (...) Es como si entras a una cafetería. (...) Entrás tú con tu compañero. Los dos allí en una esquina de la barra, hablando, te haces tu copa, te vas. Y allí te has olvidado un poco del trabajo. Ya está. Eso no es ningún delito ni nada” (treballador de club).

96 · És un servei per a cobrir una necessitat bàsica

Un dels discursos legitimadors més habituals és la idea que la prostitució és un dret o un servei que respon a una necessitat bàsica dels homes. Aquest argument entronca amb la creença que la sexualitat masculina és irrefrenable, mentre que les dones tenen un menor desig sexual, el que provoca, consideren, que els homes tinguen més dificultat per accedir a sexe:

“No és una cosa que estiga mal vista, saps?, que és el problema jo crec, que és una cosa que s’ha assimilat com a... bueno, com a dret, com aquell que diu (home, 45 anys).

“En el meu cas personal jo ho he fet per necessitat pura i dura. I sé que n’hi ha moltíssima gent que és necessitat pura i dura. (...) Jo no sé si tu hauràs estat molt de temps sense tindre relacions, però quan escomences un mes, dos mesos, tres mesos, quatre mesos estàs que te’n pugues per les parets i vories una granera en falda i te la tiraries. Pues moltíssima gent arriba a eixos extrems” (home, 55 anys).

· És l’única opció per a alguns homes

Molt lligat amb l’argument anterior, és habitual assenyalar que per a certs homes, ja siga per la seua diversitat funcional¹³, per baixa autoestima, dificultats de relació, problemes sexuals o per la falta d’alternatives en el lloc on resideixen, és l’única manera de poder cobrir les seues necessitats sexuals.

¹³ El recurs al sexe de pagament per part de persones amb diversitat funcional ha generat un ampli debat, amb perspectives que critiquen el biaix masclista de la utilització de l’argument de la discapacitat com a justificació de l’explotació sexual de dones (Gutiérrez i Delgado, 2014) i posicionaments que defensen l’assistència sexual com a estratègia per combatre les dificultats i desigualtats que enfronten les persones amb diversitat funcional per gaudir d’una vida sexual satisfactòria (Arnau, 2014).

“Veus moltes persones que estan malament, psicològicament estan malament en la dona, o s’acaben de separar. (...) N’hi ha molts homes en problemes sexuals. Imagina’t un ejaculador precoç, ell va a estes xiques i no el jutja ningú. (...) Sí que és cert que n’hi ha una sèrie de persones, en el cas dels hòmens, que tenim moltes més dificultats en tindre sexe quan vols, que al final eixe és el recurs. I és una realitat” (home, 55 anys).

“Mira, és un poble xicotet a on no n’hi ha res pa divertir-se, a on no n’hi ha res pa fer res. Com mitja Espanya o més. A on les dones són majors totes i ells són majors, i les dones tenen una educació molt religiosa, molt catòlica i que no van a fer res. (...) Els hòmens intenten, com en tots els puestos, lligar, però és molt complicat, perquè si són trenta habitants tot lo món ja sap lo de tot lo món. (...) N’hi ha molts homes solteros, de una edat, que no poden lligar ni poden fer res, absolutament res. El seu recurs és ese, no és un altre” (home, 55 anys).

· Certes pràctiques sexuals no es fan amb la parella

Una altra idea que emergeix a les entrevistes és que els homes tenen certs desitjos sexuals menys convencionals que no es poden satisfer amb la parella, ja siga perquè la dona no accedeix a realitzar eixes pràctiques o ja siga perquè ells mateixos consideren impropï realitzar-les amb la pròpia parella:

“N’hi haurà qui li agrà menjar-li el culo a la tia i no li agradarà fer-li-ho a la dona perquè què pensarà, i ahí ho farà” (home, 51 anys).

“Jo per exemple sé d’un home major pues que la dona no li la volia mamar. I l’home pues nava exclusivament a això. Li agradava, la dona li va dir que ni hablar del peluquí, que es moriria antes que fer això i l’home pues se nava ahí. És tan fàcil com això” (home, 55 anys).

“Yo siempre he dicho que hay dos tipos de clientes. Uno, el que tiene pasta, que el tío es elegante y tal, y quiere una mujer, digamos una modelito de Telecinco pa lucirla. Y hay otro tipo que va a que le hagan lo que su mujer no le hace en casa. O sea, busca una guarra” (treballador de club).

• És una relació més enllà del sexe

Alguns dels entrevistats assenyalen també que el recurs a la prostitució no respon exclusivament a la cerca de sexe, sinó que es busca conversa, companyia i generar una relació més profunda. En aquesta línia, són habituals les històries sobre homes que han establert relacions de parella duradores amb les dones, ajudant-les econòmicament, amb la documentació o a deixar la prostitució:

“Perquè se senten a soles. Normalment és per això. O que no els comprenen en sa casa i és una forma, pues vas ahí a un puesto i una tia te fa cas i te fas un cubalibre en ella i damunt te la mama pues... Com si vas al fútbol a desahogar-te, a xillar” (home, 40 anys).

“I ja no és el acte de... de follar. Perquè n’hi ha hagut xicones que has anat a follar i altres no ha sigut follar sinó a practicar sexe. No sé, n’hi ha hagut xicones que dius: esta tia normaleta, pues eixa tia t’ha fet feliç. I una tia que ha sigut una bellíssima, que la mires i dius: hòstia, com està la xiqueta!, mare meua! I què? He pujat dalt i no he sentit res” (home, 45 anys).

“Molta gent va i es fa la copa, la cervesa, convida a una xica i al convidar-la lo que fa és que eixa xica es queda un temps en ell. I és com si fora una espècie de festeig, no sé com dir-ho, perquè realment lo que fan és parlar” (home, 55 anys).

• Les dones ho fan perquè volen, no hi ha tracta

En altres casos, els homes minimitzen les xifres de tracta, argumentant que molt poques dones es troben en situació de tracta o que almenys en els llocs on ells consumeixen les dones exerceixen per voluntat pròpia:

“Un programa d’eixos de la tele: la prostitució esclavitud. És que em partisc de risa. Jo no dic que no n’hi hasga, però és que de cada cent ties, igual n’hi ha dos o tres en eixa situació. Les demás ho fan per voluntat pròpia, perquè és que es guanyen tants diners que és molt golós” (home, 51 anys).

“Com ho conec jo vaig a puestos que conec i sé lo que hi ha, però són clubs menudets, n’hi han set o huit xicones. (...) És que als llocs menudets ho saps que no pot estar forçà perquè si esa està esta nit ballant a Dénia a tal discoteca, al pub quan acaba la faena, i després se’n va prendre xocolate en uns allà i se’n va de festa al altre puesto, a eixa no està seguint-la ningú ni la té ningú amarrà, elles fan lo que les dona la gana. (...) Quan entres ja a clubs d’estos grans que n’hi han trenta o quaranta ties, què vols que et diga?, si ix a la tele existir existeix, no podria dir que no. Però que no és en general totes. N’hi ha moltes més de les que et penses que és voluntàriament i sense forçar” (home, 54 anys).

“Jo no he vist mai una xica en mala cara, en cara de forçà, en cara de vas a fer-me la putà del meu sigle. Al contrari, eh... un desparpajo i unes ganes de que... (...) Sé que n’hi ha gent forçà, sé que n’hi ha gent tal, però pense que no és en els clubs de per ací. Pense que són els clubs que manegen els russos, que manegen eixe tipo de gent. Ací és gent local” (home, 55 anys).

Per últim, alguns dels homes entrevistats assenyalen que les dones que exerceixen són molt hàbils, s'aprofiten d'ells, els furten o enganyen i guanyen molts diners dedicant-se a la prostitució, efectuant una inversió de rols segons la qual els homes són les víctimes en la relació de prostitució i les dones els actors privilegiats que es beneficien de la seua posició de poder:

“Elles són molt llistes. Són molt molt llistes. Et van a traure tot lo que puguen, en tots els sentits. Elles van a traure pasta. (...) També n'hi han unes pajarraques, que no t'adorgues que te furten hasta la... (...) A mi no m'han furat diners, però ho han intentat” (home, 40 anys).

“Elles si poden acabar en trenta segons no estaràn cinc minuts. Elles són verdaderes màquines. És dir, t'agarren i et fan un desgraciat, en dos minuts t'han fet un desgraciat. (...) I homes enganyats a tiri bandiri, perquè al final moltes d'elles són molt hàbils en enganyar-los i fer-los creure que són importants” (home, 55 anys).

6. Noves dinàmiques i canvis generacionals

En últim lloc, el nostre treball de camp apunta al fet que els **homes joves continuen consumint** serveis sexuals en el present, però, com veurem al llarg d'aquest apartat, ho fan de formes diferents de les que ho feien les generacions anteriors. Així doncs, per a començar, observem com l'assistència en grup a clubs d'alterne, el costum de relatar i compartir anècdotes sobre prostitució o moltes de les

pràctiques col·lectives que hem analitzat al llarg d'aquest estudi han anat perdent rellevància en els últims anys:

“Però això era antes, jo per exemple fa que no vaig a una despedida i s'ha consumit prostitució, pues jo què sé, deu anys? Últimament tot lo que es refereix a això jo crec que ha baixat moltíssim moltíssim moltíssim moltíssim” (home, 45 anys).

“Una generació que sí que pense que ha gastat prou més la prostitució que els de la meua. Perquè jo sincerament, jo axaque més la prostitució a... Al consumidor de prostitució el vec jo, per lo menos jo, algú prou més major que jo, que realment que siga de la meua edat o més joves. A no ser, pues com aquell, al final com tot, n'hi ha gent que diu: m'apeteix anar allí, pague, m'olbide, saps?, i no tinc que pegar-li més voltes. Bueno, això cada uno. Però no és algo que es parle tampoc. O sea, a mi no m'han dit: hòstia, pues ahir me'n vaig anar de putes. No. No. Igual antes sí que era més d'això. Hui en dia ja no” (home, 36 anys).

En particular, els homes entrevistats subratllen la progressiva **reducció de l'assistència grupal a clubs**, forma de consum que s'associa amb la generació dels homes que actualment tenen entre quaranta i seixanta anys i amb l'època del 'boom' immobiliari prèvia a la crisi econòmica del 2008, anys en els quals molts homes de la Marina Alta tenien un major poder adquisitiu:

“Sí que s'ha vist en el tema econòmic un canvi. Abans de la crisi de 2008 jo crec que es veien tots els puticlubs de per ací, jo crec que estaven plens contínuament, es veien sempre cotxes. I després ja se n'han vist molt menys. És una cosa normalitzada que si tens diners pues vas, si no tens pues no vas o vas menys” (home, 41 anys).

“Antes, molts anys arrere es feia molt més que ara. Ara conforme està la cosa, pues això va baixant degut als preus i al nivell de vida, que ara la gent no té el nivell de vida que tenia antes. Ara un jove guanya, si va dos dies ahí, es fa dos cubates se’n van cinquanta euros, per entrar i ara que cobren entrades i coses d’eixes, no” (home, 54 anys).

Una altra transformació que assenyalen els homes entrevistats és el **canvi en la manera de concebre la prostitució**, la qual ha deixat de ser considerada com una pràctica legítima de la qual es pot parlar amb naturalitat i ha passat a concebre’s com una realitat íntimament lligada amb el masclisme i les desigualtats de gènere:

“La gent cada vegada està més conscienciada de que no està tan bé, de que la dona no és un objecte, ni és algo en lo que es puga mercadejar. (...) I sobretot la gent més jove, jo crec que a la gent més jove ni se l’occorreix, vamos, per lo menos a la majoria. Antes quan començaven a treballar i tot això, pues a lo millor en uns companys: va anem, i enseguida estaven allí. (...) Ni se’ls ocurriria, vull dir ara tenen, tenim, no?, tenim altres maneres de tindre sexe que no siga pagant” (home, 45 anys).

“Jo crec que abans es parlava més obertament. O sea, jo crec que sí que n’hi ha hagut una evolució. (...) Jo crec que abans es parlava més, encà que fora de broma, saps?, encà que després no se fera res, però que sí que es podia parlar i a lo millor fer comentaris i tal, però ara no. Ara no”(home, 35 anys).

Molt lligat a l’anterior, els homes apunten a una important **transformació en la forma d’entendre i viure la sexualitat**, canvi que atribueixen principalment a la relació de les dones amb el sexe. Així, en línia amb els discursos patriarcals, conceben la sexualitat masculina com un impuls biològic que els duu a actuar com a éssers

conqueridors que estan sempre buscant de manera activa tindre relacions sexuals amb dones. La sexualitat de les dones, en canvi, es pensa com una qüestió social que s’ha anat transformant amb el temps, assenyalant que, mentre que en el passat no estava socialment acceptat que les dones tingueren relacions sexuals fora del matrimoni, a hores d’ara es veu amb normalitat que les dones es relacionen de manera oberta amb la seua sexualitat, qüestió que els homes associen amb una major facilitat per a tindre relacions sexuals:

“Antes pense que era més per les reprimendes que n’hi havia en les nostres generacions, que era molt més difícil fer algo, i era un recurs molt fàcil. (...) Ara molta gent ja no té sentit que utilitze això, per lo menos com un deshaogo, perquè és molt fàcil. Poc més que se’t posen en bandeja. Entonces, supose que això evitarà que moltíssima gent jove tinga que anar a ningun puesto d’esos. (...) Elles tenen molt més clar que volen disfrutar del seu cos. Entonces per a un home és molt més fàcil tindre sexe” (home 55 anys).

“Lo típic que et deien: mare meua antes, pa lligar-te una xica, i acabar i mos anàrem a gitar junts, pff, pues no he tingut jo que passar. Clar, perquè antes les xiques estaven molt més protegides en casa d’alguna manera” (home, 36 anys).

Diversos homes assenyalen també que les noves tecnologies i l’**emergència de xarxes socials i aplicacions per a lligar** contribueixen a que siga molt més fàcil accedir a sexe i a informació sobre sexualitat. Alhora, alguns dels homes entrevistats conceben les noves tecnologies com un risc en la mesura que permet un accés molt primerenc a pornografia i a continguts sexuals inadequats:

“La gran majoria de gent del meu alrederor que és soltera, el noranta per cent utilitza tinder. I sinó el gasta l’ha gastat. (...) Jo pense que es va menys [de putes]. I jo sincerament ho axaque molt a lo que t’he dit, al tema de les tecnologies. O sea, que hui en dia la gent ho té més fàcil per a lligar” (home, 36 anys).

Per últim, alguns dels homes entrevistats subratllen el progressiu **augment dels espais mixtos** en diferents esferes de la vida social. Així, a mesura que les dones han anat conquerint protagonisme tant en l'àmbit festiu, com en els sectors laborals i esportius tradicionalment més masculinitzats, han anat reduint-se els espais homosocials. A més a més, la segregació de la sociabilitat per sexe ha anat perdent rellevància, de manera que en el present són habituals les colles d'amics i amigues mixtes. En relació amb això, els homes entrevistats assenyalen que la presència de dones en aquests espais pot actuar com un mur de contenció enfront de les pràctiques i discursos masclistes:

“En llocs com falles igual és menos o inexistent perquè ja són mixtes, saps?, ja el control, entre cometes, o... ja no el control, sinó que només la presència de dones al mateix espai pues ja fa que s'occurisca menos a la gent fer estes coses. També la presència de gent molt jove, que estiguen els fills, que estiguen els nebots, saps?, al mateix espai” (home, 45 anys).

“Les últimes despedides que he anat jo, què et diria?, en els últims deu anys o huit anys, això no ha estat. Primera perquè la majoria han sigut mixtes, i perquè també ha primat més el disfrutar de la festa o de la música o perquè has portat dos djs o lo que fora, que lo altre. Però en un ambient només d'homes, en un ambient només de xics sí que és una cosa que sempre sempre a algú se li ocorreix” (home, 45 anys).

“Una banda de música, o qualsevol agrupació, siga una banda, siga un casal faller, siga lo que siga, quan més plural és i més diferents sexes n’hi han, homes, dones, inclús també intergeneracional, diferents edats i més... i de diferents estrats, jo vec que eixos subsistemes es cuiden més els uns dels altres. (...) I és més ric, és més bonico, és més... saps? És més estem tots i mos bufem i si mos bufem perquè és una festa mos bufem jo en un home major i en una xiqueta que està per ahí. I certes coses sí que és veritat que no es fan... n’hi han certs murs de contenció per al desfase” (home, 35 anys).

discursos legitimadors i noves dinàmiques

106

CANVIS SOCIALS

Canvis en la forma de viure la sexualitat

Augment dels espais mixtos

Emergència de xarxes socials i aplicacions per a lligar

Menor acceptació social del consum de prostitució

Auge dels feminismes

REARTICULACIONS PATRIARCALS

DISCURSOS LEGITIMADORS

Tots els homes ho fan

És un servei per a cobrir una necessitat bàsica

Sempre ha existit

És l'única opció per a alguns homes

Les dones ho fan perquè volen, no hi ha tracta

És una relació més enllà del sexe

Certes pràctiques sexuals no es fan amb la parella

Les dones que exerceixen s'aprofiten dels homes

És una cosa normal

NOVES FORMES DE CONSUM

Ha deixat de ser un tema de conversa obert

“Abans es parlava més, encà que fora de broma, però es podien fer comentaris. Ara no.”

Consum més individual i dissociat de la vida social

Augment del consum en pisos anunciats per internet

Reducció de l'assistència grupal a clubs

“Això era antes, jo fa deu anys que no vaig a una despedida i s'ha consumit prostitució.”



Els homes de totes les edats continuen consumint prostitució, amb noves lògiques que s'han de seguir investigant.

6 Capítol Conclusions

La prostitució ocupa un **lloc protagonista en el debat públic** actual, amb l'existència de diversos posicionaments que pugnen per imposar-se, tant dins dels feminismes com en un sentit més ampli. El discurs abolicionista ha anat guanyant rellevància al llarg dels últims anys, fins a convertir-se en el posicionament majoritari que està orientat les polítiques i actuacions públiques impulsades per diferents administracions al llarg de tot l'Estat espanyol i de manera particular en el cas valencià. A conseqüència d'aquesta consolidació del discurs abolicionista s'estan desenvolupant nous marcs reguladors que, units a transformacions socials més àmplies com la digitalització de la societat i la plataformització de l'economia, estan generant importants canvis en les formes d'organització i funcionament de la indústria sexual.

Així, constatem que la prostitució exercida en carrer o carretera i la que té lloc en clubs i bars d'alterne està perdent rellevància davant de noves modalitats de prostitució com els serveis sexuals oferits en pisos particulars i anunciats per internet o altres formes de prostitució mediatades per

110 l'àmbit virtual. Aquestes tendències s'evidencien també en el context de la Marina Alta, on observem una **transició des d'un model organitzat al voltant de la carretera nacional N-332**, al llarg de la qual es trobaven nombrosos clubs d'alterne i trams de carretera on s'exercia la prostitució, **cap a una nova forma d'organització en què predominen els pisos i xalets** particulars anunciats per internet i ubicats, en canvi, en els municipis més grans de la comarca -Dènia i Xàbia principalment- i en les zones d'urbanització dispersa que abunden en aquest territori.

En línia amb aquestes transformacions, una de les principals conclusions que s'extrauen d'aquest estudi és la **transició des d'una forma de consumir prostitució amb una evident dimensió col·lectiva cap a noves maneres amb una lògica més individual**. De fet, observem la progressiva erosió d'una forma de consum molt pròpia de la Marina Alta i del període del 'boom' immobiliari, el qual va afectar de manera molt intensa a l'economia d'aquesta comarca. Es tracta de l'assistència en grup a clubs d'alterne, pràctica associada a diferents àmbits de vida com la festa, la feina i l'esport, molt habitual i naturalitzada entre els homes que tenen en el present entre quaranta i seixanta anys. Més recentment, en canvi, observem com aquesta pràctica ha anat perdent legitimitat social i s'ha anat substituint per **noves formes de consum més individuals i dissociades de la vida social**, principalment el recurs a serveis sexuals oferits en pisos i xalets en els quals es busca discreció i, per tant, una forma de consum de prostitució molt més individual, anònima i invisible. En aquest sentit, observem com estan

emergint entre els homes joves noves lògiques i maneres de consumir serveis sexuals sobre les quals és necessari continuar investigant i actuant.

Malgrat aquesta tendència cap al consum individual, hem pogut observar que el consum de prostitució **continua tenint en el present un important vessant col·lectiu**. Així, qüestions com els canvis en la forma d'entendre les relacions de gènere i la sexualitat o l'augment dels espais mixtos estan contribuint al fet que certes pràctiques col·lectives habituals en el passat, com recórrer a la prostitució per a tindre les primeres relacions sexuals, el consum en rituals de pas com els quintos i els comiats de solter o l'assistència grupal a clubs dins de l'àmbit laboral, estiguen perdent rellevància. No obstant això, veiem com, al mateix temps, emergeixen noves pràctiques i rituals col·lectius homosocials a través dels quals es transmet i legitima el consum de prostitució, com evidencia l'existència de nombrosos "foros de puteros" on els clients comparteixen informació i busquen la validació d'altres homes.

En íntima relació amb aquesta dimensió col·lectiva, constatem també que el **consum de prostitució continua articulant-se amb diferents àmbits de la vida social** a través dels quals cobra sentit. En particular, s'associa amb un seguit de pràctiques col·lectives homosocials vinculades als àmbits de la festa, la feina i l'esport, on es generen agrupacions, trobades i rituals masculins a través dels quals els homes transmeten, comparteixen, naturalitzen i legitimen formes particulars de "ser home",

112 d'entendre la sexualitat masculina i d'establir relacions sexe-afectives amb dones. Són **espais homosocials on s'aprenen i exhibeixen masculinitats patriarcals**, buscant la validació d'altres homes, de manera que no podrien donar-se sense la complicitat de molts altres barons que no consumeixen prostitució però que validen i reforcen -en moltes ocasions per por que es qüestione la seua pròpia masculinitat- les pràctiques, actituds i discursos patriarcals.

La vessant col·lectiva del consum emergeix també en la **importància que té compartir, contar i fanfarronejar sobre les experiències de prostitució amb altres homes**, entre els quals existeix un pacte tàcit de silenci que permet que els relats, bromes i anècdotes sobre consum de prostitució circulen en àmbits homosocials on s'obté reconeixement i validació, alhora, que s'assegura que no arriben a dones o altres persones que podrien rebutjar aquesta pràctica. A més a més, en el context actual de pèrdua de legitimitat del consum, aquest pacte de silenci entre homes es torna més important encara, emergint nous mecanismes per a poder compartir experiències de prostitució, entre els quals destaquen, com acabem d'assenyalar, **els "foros de puteros"**, llocs webs on els homes generen comunitats virtuals que els permeten exhibir pràctiques patriarcals i rebré validació de la seua masculinitat i del consum de serveis sexuals.

L'auge dels feminismes i la concepció social cada vegada més negativa del consum de prostitució, la qual s'associa cada cop més clarament amb el masclisme i les desigualtats de gènere, comporta també una **major**

necessitat de recórrer a discursos legitimadors i narratives que permeten als homes justificar aquesta pràctica, tant de cara a ells mateixos com de cara a la societat que els envolta. Entre aquests discursos hem vist que destaquen idees com que la majoria dels homes consumeixen o han consumit alguna vegada, que la prostitució sempre ha existit, que és un servei per a cobrir una necessitat masculina bàsica, que és l'única opció perquè certs homes amb diverses limitacions puguen cobrir les seues necessitats sexuals, que certes pràctiques sexuals menys convencionals no es poden fer amb la pròpia parella, que es busca i genera una relació que va més enllà del sexe, que en els llocs on ells consumeixen molt poques dones es troben en situació de tracta, que la gran majoria exerceixen per voluntat pròpia i que, de fet, les dones que es dediquen a la prostitució són els actors privilegiats que es beneficien de la seua posició de poder i s'aprofiten dels homes.

En aquest context social d'auge dels feminismes i de pèrdua de legitimitat del consum observem com **alguns homes es senten injustament estigmatitzats pel fet de recórrer a la prostitució**. Assenyalen que hi ha una visió estereotipada dels homes que consumeixen, associant-los equivocadament, d'acord amb la seua concepció, amb el masclisme i el maltractament de les dones que exerceixen. Tanmateix, és fonamental entendre que l'estigma de la prostitució no recau mai sobre els homes, actors en posició de privilegi en el context de la prostitució, sinó que **els clients es veuen contaminats de manera transitòria, durant el moment puntual del consum, per un estigma**

114 **que afecta, en el fons, a les dones que exerceixen.** És per això que els intents per criminalitzar i estigmatitzar els clients acaben revertint en un major estigma i precarietat de les dones que es dediquen a la prostitució.

Per últim, qüestions com l'emergència de **noves formes d'entendre i viure la sexualitat** i la popularització de les **xarxes socials i les aplicacions per a lligar** són percebudes per els homes més joves com una oportunitat per a establir relacions sexe-afectives, el que podria comportar una menor necessitat de recórrer al consum de prostitució. Tanmateix, malgrat aquestes transformacions, observem com un nombre important d'homes, de tots els grups d'edat, continuen recorrent a la prostitució per a tindre relacions sexuals amb dones, ja que més enllà de l'accés a sexe, el consum de prostitució **comporta una manera apresada, interioritzada i naturalitzada de "ser home"**, de relacionar-se amb altres persones, de gestionar els vincles, els afectes i les emocions, d'exhibir, transmetre i validar masculinitats patriarcals i, per tant, de reproduir i conservar privilegis de gènere.

7 Capítol Recomanacions

Passem ara a proposar algunes recomanacions vinculades a l'objecte i els resultats del present estudi, motiu pel qual les línies que presentem s'orienten al treball amb homes, masculinitats patriarcals i consum de prostitució. Es tracta d'orientacions genèriques que podrien coordinar-se amb les diverses mesures que ja s'estan duent a terme des de diferents instàncies institucionals i adaptar-se a les realitats i particularitats que caracteritzen els diferents municipis i pobles de la comarca de la Marina Alta.

Per a començar, volem subratllar la convicció que **les dones que exerceixen han de ser el subjecte prioritari de les polítiques públiques** desenvolupades en l'àmbit de la prostitució. Garantir els seus drets fonamentals, millorar les seues condicions de vida i treball, i trencar amb les desigualtats de gènere, classe i origen que vertebrèn el món de la prostitució han de ser els principals horitzons de l'acció pública. Al mateix temps, considerem que és important complementar les mesures centrades en les dones amb el treball amb els homes que consumeixen

118 prostitució, perquè això pot incidir de manera directa en alguns dels riscos i violències que enfronten aquestes dones.

No podem perdre de vista que **els clients són responsables de diverses de les problemàtiques que afecten les dones** en situació de prostitució. El treball amb homes és, per tant, una estratègia clau d'intervenció que pot contribuir a millorar la situació de les dones que exerceixen la prostitució i, alhora, incidir sobre les desigualtats de gènere que travessen les nostres societats en un sentit més ampli i que, com hem vist en aquest estudi, envolten, promouen i sostenen les pràctiques vinculades al consum de prostitució.

Llavors, els resultats d'aquest estudi permeten dibuixar diferents **línies de treball amb homes**, orientades a incidir en la construcció social de les masculinitats i els mandats patriarcals que subjauen al consum de prostitució. Són mesures que, més que actuar sobre el moment puntual del consum, busquen incidir en tot el conjunt de pràctiques socials que el precedeixen, envolten i legitimen, motiu pel qual s'orienten tant a clients com a població masculina en general:

1. **Fomentar espais de debat i reflexió col·lectiva sobre la prostitució** en general i sobre el consum en particular, traient el tema de la invisibilitat social i situant-lo en el centre del debat col·lectiu. En aquest sentit, és important trencar amb la monstrualització dels homes clients, ja que impedeix visibilitzar les lògiques socials que subjauen a aquesta pràctica i la

complicitat de molts altres homes que no consumeixen però contribueixen a legitimar i naturalitzar el consum. Amb aquest fi, s'ha de promoure la participació de la població masculina en els espais de debat sobre prostitució, involucrant-los com agents actius en la lluita contra les desigualtats de gènere. La difusió pública d'aquest estudi pot contribuir a aquest objectiu, en la mesura que pot ajudar a trencar estereotips sobre els homes consumidors i qüestionar els mandats heteropatriarcals que sostenen els discursos i les pràctiques al voltant de la prostitució.

2. **Promoure noves investigacions** per aprofundir en aspectes emergents vinculats a noves formes de consum de prostitució. En aquest sentit, tenint en compte els resultats d'aquest estudi, seria interessant continuar investigant amb població jove per indagar en les seues pràctiques i discursos sobre la prostitució. També comptar amb investigacions qualitatives i quantitatives que permeten conèixer en major profunditat les condicions de les dones que exerceixen podria contribuir a desmuntar alguns dels discursos de legitimació mobilitzats pels clients.
3. **Mesures de prevenció del masclisme.** Treballar per la deconstrucció d'actituds, pràctiques i discursos patriarcals, tant amb les noves generacions com amb els homes adults. Promoure espais de formació, reflexió i debat al voltant de les desigualtats de gènere, la violència de gènere, els privilegis masculins, la construcció de les masculinitats, l'educació sexual, les relacions sexe-afectives o la gestió emocional, entre

altres qüestions, amb l'objectiu d'acabar amb actituds, pràctiques i discursos masclistes. És important treballar amb els homes que consumeixen prostitució i amb la població masculina en general, per a desmuntar tant masculinitats hegemòniques com aquelles còmplices amb les lògiques patriarcals i el pacte de silenci masculí sobre el consum de prostitució.

4. **Mesures de promoció dels espais mixtes i segurs** en els diferents àmbits de vida dels municipis, impulsant campanyes educatives i incentivant formes segures, respectuoses i igualitàries d'oci, festa, esport i relació. Així, per exemple, es podrien fomentar les agrupacions festives mixtes en aquells municipis i celebracions en els quals no existeixen; promoure els equips mixtos d'esports en àmbits com els centres educatius; o incentivar els espais de sociabilitat i relació on puguen participar una diversitat d'actors, tant en termes de gènere com d'altres variables com edat, origen, etnicitat, etc. També es podrien incloure ací campanyes de sensibilització sobre els efectes que el consum d'alcohol i drogues té en àmbits com les festes i l'oci nocturn i la seua relació amb el consum de prostitució.

De manera complementària a les orientacions prèvies, trobem **mesures de reducció de danys** que treballen des d'un enfocament educatiu sociosanitari amb l'objectiu de reduir els riscos associats a l'exercici de la prostitució. Són actuacions que, a diferència de les anteriors, se centren en el moment del consum, el

qual ha ocupat un lloc secundari en aquest estudi. Així i tot, considerem interessant incloure-les ací, perquè poden ser d'utilitat per tal de completar el treball amb homes que estem proposant. En el context espanyol, organitzacions com l'associació Askabide (Euskadi), la fundació Àmbit Prevenció (Catalunya), la fundació Atenea (diverses comunitats autònomes) i el ja desaparegut col·lectiu Hetaira (Madrid) han desenvolupat iniciatives o programes d'intervenció en aquesta línia que poden servir de referent. En concret, d'acord amb Martín i Meneses, (2020) dins de les mesures de reducció de danys trobem tres tipus principals d'actuacions:

5. **Mesures per reduir els riscos sanitaris** consistents en la dispensació de material preventiu, accions d'educació en salut sexual i reproductiva, així com proves i tractament gratuït de VIH i MTS en els llocs de prostitució, amb l'objectiu prioritari de cuidar la salut de les dones que exerceixen, però també la dels clients. Ací es poden incloure també mesures vinculades a reduir els riscos associats al consum de drogues en contextos de prostitució.
6. **Mesures per reduir la violència** i accions per millorar el comportament dels clients, previndre el maltractament i conscienciar sobre el respecte cap a les dones que exerceixen. Desenvolupar accions educatives al voltant de les masculinitats i les desigualtats de gènere pot contribuir a reduir les violències masclistes exercides per part dels homes en contextos de prostitució.

122 7. **Mesures per identificar víctimes de tracta**, accions orientades a involucrar els clients en la detecció de víctimes de tracta amb fins d'explotació sexual i menors en contextos de prostitució. Es tracta d'una estratègia poc explorada, però els estudis evidencien que un part important dels clients estarien disposats a col·laborar en la detecció de víctimes de tracta, motiu pel qual difondre informació sobre els indicadors podria contribuir a la desarticulació de xarxes de tracta.

Finalment, constatem l'emergència de mesures de tipus prohibicionista que busquen dissuadir els consumidors i eliminar la demanda mitjançant actuacions policials, sancions al consum i campanyes orientades a estigmatitzar i desprestigiar els clients. Aquestes mesures han sigut i continuen sent objecte d'un intens debat social, polític i acadèmic. Tot i que hi ha autores que defensen l'eficàcia d'aquest tipus de mesures a l'hora de reduir la prostitució (Gutiérrez i Delgado, 2015; Salazar, 2019), la majoria dels estudis que han avaluat aquestes polítiques evidencien que, més que reduir la demanda i millorar la situació de les dones, contribueixen a l'ocultament i desplaçament de l'activitat augmentant la vulnerabilitat i la precarietat en l'exercici de la prostitució (Barcons, 2018; Danna, 2012; Dodillet i Ostergren, 2011).

Els estudis existents recomanen, per tant, **evitar les mesures orientades a la penalització o estigmatització** dels clients, ja que l'experiència demostra que la criminalització penal o administrativa del client acaba per repercutir negativament en les dones que exerceixen,

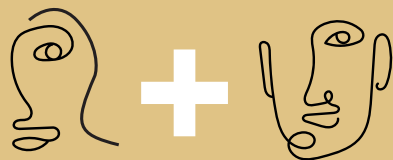
empitjorant les seues condicions laborals i de vida (Mac i Smith, 2020; Villacampa i Torres, 2013). En la mateixa línia, les campanyes d'assenyalament i qüestionament moral dels clients generen efectes negatius per a les dones, en la mesura que generen un estigma que acaba per recaure sobre les dones que exerceixen (Sánchez, 2019).

123

recomanacions

124

Les **dones** que exerceixen han de ser el **subjecte prioritari** de les polítiques públiques



Treballar amb els homes pot incidir en els riscos i violències que enfronten les dones que exerceixen

PREVENCIÓ SOCIAL

Incidir sobre els mandats patriarcal que **envolten i legitimen** el consum de prostitució

- 1 Fomentar espais de debat irreflexió col·lectiva sobre la prostitució
- 2 Treballar la prevenció de discursos i pràctiques masclistes
- 3 Impulsar noves investigacions sobre aspectes emergents
- 4 Promoure espais mixtes i segurs d'oci, festa i esport

REDUCCIÓ DE DANYS

Incidir sobre els riscos que enfronten les dones **durant l'exercici** de la prostitució

- 5 Mesures de reducció de riscos sanitaris
- 6 Mesures de reducció de la violència
- 7 Mesures per identificar víctimes de tracta



Els estudis evidencien que les mesures de penalització i estigmatització dels clients repercuteixen negativament en les condicions de les dones que exerceixen.

Referències

Ariño Villarroya, A. (2022). *La prostitució en la Comunitat Valenciana. Una perspectiva sociològica*. Generalitat Valenciana.

Arnau Ripollés, S. (2014). La asistencia sexual a debate. *Dilemata*, 6(15), 7-14.

Asociación Askabide. (2008). *Perfil de clientes de prostitución en Bizkaia*. Mensajero.

Ayuntamiento de Denia. (2006). *Estudio sobre la prostitución en Denia*. Concejalía de la Mujer, Ayuntamiento de Denia.

Badinter, E. (1993). *XY. La identidad masculina*. Alianza Editorial.

Barahona Gomariz, M. J., i García Vicente, L. M. (2003). *Una aproximación al perfil del cliente de prostitución femenina en la Comunidad de Madrid*. Dirección General de la Mujer.

Barcons Campmajó, M. (2018). Las ordenanzas municipales: entre la regulación y la sanción de la prostitución en España. *Revista Crítica Penal y Poder*, 15, 90-109.

Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Anagrama.

Connell, R. (1987). *Gender and power. Society, the person and sexual politics* (S. U. Press (ed.)).

Danna, D. (2012). Client-only criminalization in the city of Stockholm: A local research on the application of the

«Swedish Model» of prostitution policy. *Sexuality Research and Social Policy*, 9(1), 80-93. <https://doi.org/10.1007/s13178-011-0072-z>

Díez Gutiérrez, E. J. (2012). El papel de los hombres en la prostitución. *Nuestra bandera. Revista de debate político*, 232, 39-54.

Dodillet, S., i Ostergren, P. (2011). The Swedish Sex Purchase Act: Claimed Success and Documented Effects. *Decriminalizing Prostitution and Beyond: Practical Experiences and Challenges*, 1-36.

Garaizabal, C. (2007). El estigma de la prostitución. En M. Briz i C. Garaizabal (Ed.), *La prostitución a debate. Por los derechos de las prostitutas*. Talasa.

Gómez Suárez, Á., i Pérez Freire, S. (2009). *Prostitución: clientes e otros homes*. Edicions Xerais.

Gómez Suárez, Á., Pérez Freire, S., i Verdugo Matés, R. M. (2015). *El putero español. Quiénes son y qué buscan los clientes de prostitución*. La Catarata.

Gómez Suárez, Á., i Verdugo Matés, R. M. (2021). *Prostitución y confinamiento: El Putero 2.0*. 101-112.

Gutiérrez García, A., i Delgado Álvarez, C. (2014). Discapacidad y prostitución: un análisis desde la perspectiva de género. En Ó. Fernández (Ed.), *Mujeres en riesgo de exclusión social y violencia de género* (p. 201-210). Universidad de León.

Gutiérrez García, A., i Delgado Álvarez, C. (2015). Una propuesta de medidas integrales para abordar la situación

de prostitución en España. *Journal of Feminist, Gender and Women Studies*, 1, 3-13. <https://revistas.uam.es/revIUEM>

Kimmel, M. (1997). Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina. En T. Valdés i J. Olavarría (Ed.), *Masculinidad/es. Poder y crisis*.(p. 49-62). ISIS FLACSO.

López Insausti, R., i Baringo Ezquerro, D. (2007). Ciudad y prostitución heterosexual en España: el punto de vista del «cliente» masculino. *Documentación social*, 144, 59-74.

López Riopedre, J. (2012). Una aproximación etnográfica a la prostitución: cuando las trabajadoras sexuales hablan de los clientes. *Revista Española de Sociología*, 18(2012), 31-62.

Mac, J., i Smith, M. (2020). *Putas insolentes. La lucha por los derechos de las trabajadoras sexuales*. Traficantes de Sueños.

Majuelos Martínez, F. (2014). *Prostitución y sociabilidad. El cliente en perspectiva emic*. Universidad de Almería.

Majuelos Martínez, F., Arjona Garrido, Á., i Checa Olmos, 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).

Marqués, J.-V. (1997). Varón y patriarcado. En T. Valdés i J. Olavarría (Ed.), *Masculinidad/es. Poder y crisis*. (p. 17-30). ISIS FLACSO.

Martín Barranco, M. (2019). *Ni por favor ni por favora. Cómo hablar con lenguaje inclusivo sin que se note (demasiado)*. Los Libros de la Catarata.

Martín Martín, P., i Meneses Falcón, C. (2020). La relación de compraventa en la prostitución. *Miscelánea Comillas. Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 78(153), 617-635. <https://doi.org/10.14422/mis.v78.i153.y2020.004>

Medicos del Mundo. (2020). *La prostitución como forma de violencia de género. La percepción de las mujeres en situación de prostitución*. Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social.

Médicos del Mundo Comunidad Valenciana. (2015). *Identificación sobre la realidad de la prostitución en el area metropolitana de Valencia*. Médicos del Mundo Comunidad Valenciana.

Meneses, C. (2010). Factores motivacionales en una muestra de hombres españoles que pagan por servicios sexuales. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*, 30(3), 393-407. <https://doi.org/10.4321/s0211-57352010000300003>

Meneses, C., Rua, A., i Uroz, J. (2018). Explorando los motivos para pagar servicios sexuales desde las opiniones sobre la prostitución. *Revista Internacional de Sociología*, 76(2), 091. <https://doi.org/10.3989/ris.2018.76.2.17.47>

Mestre, R. (2004). Las caras de la prostitución en el Estado español: entre la Ley de Extranjería y el Código Penal. En *Trabajador@s del sexo: derechos, migraciones y tráfico en el siglo XXI* (p. 245-262). Bellaterra.

Ranea Triviño, B. (2021a). *Desarmar la masculinidad*. Los Libros de la Catarata.

Ranea Triviño, B. (2021b). *La (re)construcción del patriarcado en los espacios de prostitución en la España contemporánea: estudio sobre el rol de los hombres que demandan prostitución femenina*. Ayuntamiento de Alcalá de Henares.

Reig, T. (2021). Quevedo i el «carrer de les xiques». En *Llibret de la Falla Centro Dénia* (p. 50-55).

Salazar Benítez, O. (2019). La penalización de los clientes como instrumento de lucha contra el sistema prostitucional: una cuestión de dignidad y derechos fundamentales. *Oñati Socio-legal Series*, 9, 82-108. <https://doi.org/10.35295/osls.iisl/00000-00000-00000-1006>

Sánchez Perera, P. (2019). *Cartografías del estigma de la prostitución: dimensión estructural, refracciones y vivencia individual*. Universidad Carlos III de Madrid.

Sanfélix Albelda, J. (2020). *La brújula rota de la masculinidad*. Tirant Lo Blanch.

Segato, R. L. (2016). *La guerra contra las mujeres*. Traficantes de Sueños.

Serra, I. (2009). *La prostitución femenina en la Comunidad Valenciana*. Institut Universitari d'Estudis de la Dona, Universitat de València.

Solana, J. L. (2003). *Prostitución, tráfico e inmigración de mujeres*. Comares.

Villacampa, C., i Torres, N. (2013). Políticas criminalizadoras de la prostitución en España. Efectos sobre las trabajadoras sexuales. *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología*, 15(06), 1-40.