



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY



Facultad de
Psicología
UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA

Motivaciones de Varones Jóvenes para Pagar por Sexo a Prostitutas Mujeres

Trabajo Final de Grado. Facultad de Psicología.

Universidad de la Republica.

Modalidad: Pre-Proyecto de Investigación.

Estudiante: Santiago Huelmo Cantero, 4.483.158-8

Docente Tutor: Pablo López

Montevideo, Octubre 2015

Índice

Resumen.....	1
Fundamentación y Antecedentes	2
Motivaciones.....	4
Cliente.....	5
Prostitución y Género	7
Prostitución y legalidad.....	9
Objetivo General y Objetivos Específicos	10
Objetivo General:	10
Objetivos específicos:	10
Justificación	11
Problema de la Investigación y Principales Preguntas que se intentarán responder.....	11
Diseño Metodológico.....	12
Consideraciones Éticas	14
Cronograma de Ejecución.....	16
Bibliografía	18

Resumen

El presente proyecto busca generar conocimiento acerca de las razones y motivaciones que llevan a varones jóvenes de Montevideo a pagar a prostitutas mujeres por sexo. En referencia a la temática, en Uruguay existe poco material generado a partir de la vivencia del usuario o cliente. Este estudio persigue ampliar el conocimiento sobre esta temática en el país.

Esta investigación se enfocará en estudiar al cliente de la prostitución, particularmente a varones que hayan tenido su debut sexual en los últimos 10 años y que hayan pagado por sexo a una prostituta mujer. El acercamiento será realizado desde un tipo de investigación cualitativa y dentro de este abordaje, este estudio será de tipo exploratorio, ya que se está frente a un tema poco estudiado.

La recolección de antecedentes se realizó a través de los buscadores –Timbo.org.uy y Google Scholar- Fueron elegidos como antecedentes aquellas investigaciones que abordaban la temática desde la perspectiva del cliente y que no fueron realizados hace más de 15 años.

Se espera por medio de este estudio comprender el rol de la prostitución en la construcción de la identidad masculina de los varones, analizar los significados que los hombres le atribuyen al sexo pago comparativamente con el no pago, entender que practicas específicas se realizan con una prostituta y las significaciones que se les atribuye, y pensar el rol de los grupos de referencia en relación con el consumo de prostitución.

Palabras clave: Prostitución, Varones, Cliente, Masculinidad.

Fundamentación y Antecedentes

En las últimas décadas la atención, por parte de investigadores y legisladores, hacia la prostitución ha ido en aumento. Investigaciones académicas, informes por parte de organizaciones no gubernamentales (ONGs) e incluso pronunciamientos y políticas nacionales e internacionales, por parte de autoridades estatales, se han acercado al tema.

En la mayoría de los casos se ha hecho gran foco en la figura de quien ejerce la prostitución, generando material acerca de la vulnerabilidad en la que se encuentran o explorando temáticas como la trata de personas o de la explotación sexual. El usuario de la prostitución ha quedado olvidado y/o invisibilizado.

Perkins, citado por Meneses (2010), estima que alrededor del 1% de los estudios e investigaciones sobre prostitución tienen como objetivo a los clientes que solicitan sexo pago. El consumidor de la prostitución ha quedado oculto a la mirada de los diferentes estudios y no ha provocado, en definitiva, mayor interés.

Rostagnol (2011) presenta a la prostitución como:

El acto de intercambiar acceso sexual al cuerpo de una persona a cambio de dinero o bienes. Por lo general quien ofrece los servicios sexuales son mujeres, pero también existen hombres tanto heterosexuales como homosexuales que ofrecen servicios, así como travestis y transexuales. El término genérico empleado para referirse a quien la ejerce es prostituto/a, trabajador/a sexual o sexoservidor/a. Del otro lado, quien compra sexo, es en la gran mayoría de los casos un hombre, habitualmente denominado cliente, o prostituyente según las perspectivas teóricas. (p.8).

Carole Pateman considera la prostitución como una parte integral del capitalismo patriarcal. Los hombres pueden comprar el acceso sexual a los cuerpos de las mujeres en el mercado capitalista. El derecho patriarcal está explícitamente incorporado en la 'libertad de contrato'. Las prostitutas están totalmente disponibles a todos los niveles del mercado para cualquier hombre que pueda pagar una. Sin embargo, las formas públicas de esta empresa capitalista son menos visibles de lo que podrían ser. Como otras formas de empresas capitalistas, la prostitución es vista como una

empresa privada, y el contrato entre cliente y prostituta es visto como un arreglo privado entre comprador y vendedora (Rostagnol, 2011).

López & Baringo (2006) explican que quien paga por sexo es casi un desconocido para los investigadores sociales y se le continúa considerando un sujeto anónimo y huidizo. Prácticamente imposible de localizar y entrevistar. Ciertamente es arduo y complicado obtener informaciones confiables sobre el demandante masculino de prostitución. Para empezar, no existen datos ni estadísticas oficiales. Las cifras nunca pueden ser fiables al 100% por lo que la mayoría de las veces hay que hacer uso de las estimaciones. Es un gremio donde predomina el secretismo. En línea similar se expresa Mckeganey, citado en Meneses (2010), donde afirma que mientras por un lado las personas que ejercen la prostitución son localizadas y visualizadas socialmente, no sucede lo mismo con los clientes, que en general pasan desapercibidos.

Uno de los motivos para que esto suceda podría ser el hecho de que un hombre comprando sexo es simplemente visto como un hombre haciendo -cosas de hombres-. Prasad, citado por Monto (2001), afirma que la falta de interés en los clientes masculinos es debido a que un hombre que contrata prostitutas, forma parte de lo entendido como normal.

A la hora de hablar acerca de quienes pagan por sexo se hace necesario observar los trabajos que abordan esta temática y destacar las posibles posturas que los autores pueden adoptar, dado que esto puede influir notoriamente en el rumbo trazado por el trabajo o en las posturas que se tomarán con respecto al tema. Lamas (2014) habla de dos paradigmas: el abolicionista y el reglamentarista. El primero considera que la explotación, la denigración y la violencia contra las mujeres son inherentes al trabajo sexual y por lo tanto habría que abolir dicha práctica y el segundo plantea que tal actividad tiene un rango de formas variadas de desempeño que deberían regularse así como reconocerse los derechos laborales de quienes se dedican a ella.

Desde las posturas abolicionistas se genera una imagen de cliente fuertemente relacionado con la criminalidad, destacando atributos vinculados con los roles tradicionales de género, el poder, la dominación y el control sobre la mujer. Macled, Farley, Anderson & Golding (2008), Busch, Bell, Hotaling & Monto (2002). Por su parte, las investigaciones que se realizan desde posturas más cercanas a las reglamentistas, no eximen al cliente de su responsabilidad dentro de la prostitución

pero no catalogan a la generalidad de quien paga por sexo como personas abusivas o que sacan ventaja de la situación. (López J. , 2012)

Motivaciones

Dentro de los elementos por los cuales un varón puede llegar a pagar por sexo, aparecen variadas situaciones. En el trabajo de López & Baringo (2006), se plantean seis tipos de clientes en función de los motivos del pago de servicios sexuales. Primero, se menciona a aquellos hombres con dificultad para relacionarse con mujeres. Segundo, aquellos varones que salen en grupo para divertirse. En este caso el grupo funciona como desinhibidor, dado que muchos de ellos no acudirían con una prostituta individualmente. El tercer factor, hace referencia a hombres casados que desean tener relaciones extramaritales y la prostitución les parece una infidelidad menor sin tener que establecer compromisos duraderos. Como cuarto motivo, aparecen aquellos varones que se encuentran en crisis de pareja y buscaban en el pago de servicios sexuales cierta venganza en lugar de afrontar los problemas entre la pareja. Dentro del mismo punto se encuentran también hombres que no tienen relaciones sexuales con sus parejas y buscaban compañía, desahogándose de sus problemas. En quinto lugar, el pago de servicios sexuales surge como un elemento del ámbito laboral y de los negocios, donde mayoritariamente se encuentran hombres que finalizan la sesión de negocios en un club. Por último, algunos varones jóvenes pagan servicios sexuales porque les supone una menor complicación y esfuerzo, ya que establecer relaciones con mujeres les resultaba más complejo y con mayor implicación personal.

Los clientes estudiados por Bell, Busch, Hotaling & Monto (2002) se acercaron a la prostitución debido al carácter ilícito o riesgoso de la situación, a la calidad del sexo con la mujer prostituta o debido a que buscan un tipo de sexo diferente al que sus parejas quieren. Algunos hombres afirman que han pagado por sexo por su dificultad de establecer una relación convencional o porque simplemente no sienten que tengan el tiempo, la energía o el interés para establecer una relación con una mujer.

Por su parte Milrod & Monto (2012) exponen cinco factores que motivan a los clientes a contratar prostitutas: Como primer factor, destacan la fantasía de la “puta sucia”, segundo, querer un tipo de sexo diferente al que puedan recibir de las no prostitutas, como tercer factor, colocan ver el sexo como una mercancía o producto de intercambio, cuarto y diametralmente opuesto al punto

anterior, buscar compañía o consuelo y como quinto y último factor, los autores colocan, querer una mujer que actúe de manera femenina o subordinada.

En algunas investigaciones se especifica además el carácter social o cultural del consumo desacreditando las posturas que lo explican cómo actitudes patológicas u enfermizas. En el trabajo realizado por Meneses (2010) se afirma que:

Existe una diversidad de razones para pagar servicios sexuales y no es posible reducirla a una sola dimensión. Entre los motivos que se plantean puede que muchos de ellos estén más relacionados con situaciones sociales o circunstanciales personales que por necesidades psicológicas o biológicas. Los resultados de este trabajo indican seis factores motivacionales, Compañía, Necesidad, Distracción, Riesgo, Dominar y Rapidez, para pagar servicios sexuales. (p. 9).

En una línea similar, Monto & Mirolid (2013), luego de comparar una muestra representativa de hombres estadounidenses con una muestra de hombres arrestados por intentar contratar a una prostituta, llegaron a afirmar que el uso de la prostitución puede ser más un producto de la situación y la disponibilidad que un producto de características de personalidad básicas o características psicológicas.

O'connell agrega que los hombres que recurren a la prostitución desean construir una imagen de prostituta inmensamente poderosa, de mujer «fálica», sexual y esto es lo que ellos encuentran verdaderamente erótico. La autora reflexiona en torno al simulacro de seducción y conquista que se produce entre ambos protagonistas. Detrás de la aparente rendición del hombre a la mujer sexualmente agresiva, lo que sucede es más bien lo contrario. El cliente utiliza su poder para construir una situación en la que los papeles tradicionales de género están intercambiados. El poder de la mujer es ilusorio así como la voluntad del hombre de perder el control. (López & Baringo, 2006)

Cliente

En los distintos trabajos realizados se encontraron una gran heterogeneidad social entre los clientes de prostitución. Tanto en edad como en nivel económico, ocupación o nivel académico alcanzado.

De las investigaciones se denota que una notable proporción de los hombres que compran sexo tienen pareja estable, ya sea que están casados o en una relación.

Monto & Miroid (2013) en EEUU, obtuvieron diversos datos de clientes a través de una muestra de clientes categorizada en tres tipos: nacional, arrestados y aquellos que utilizaban internet para contactarse con prostitutas. En la misma se registraron varias características y cualidades de los tres grupos intentando encontrar diferencias, entre ellas, el máximo nivel de estudio alcanzado:

Máximo nivel alcanzado	Clientes Nacionales	Clientes Arrestados	Clientes por Internet
Menos que Secundaria	12%	9.80%	0%
Secundaria	53.20%	19.50%	2.90%
Tecnicatura	8.20%	35.40%	18%
Licenciatura	18%	24.40%	37.90%
Graduado	8.50%	10.80%	41.20%

Por su parte Meneses (2010), analizando una muestra de clientes españoles (en su mayoría de Madrid), obtuvo que el 17,4% de los analizados poseía educación primaria, el 24,6% educación secundaria, el 28,3% era Bachiller, el 16,7% había obtenido un diploma universitario, el 6,5% eran licenciados universitarios y el 6,5% no respondieron acerca de su nivel educativo.

No hay un perfil definido del cliente de la prostitución, el espectro de edad es amplio. En las investigaciones llevadas a cabo por Monto & Miroid (2013), Busch, Bell, Hotaling & Monto (2002), Macled, Farley, Anderson & Golding (2008) y Durchslag & Goswami (2008) se trabajó con rangos de edad de entre 18 a 75 años, 18 a 84 años, 18 a 77 años y 20 a 71 respectivamente.

Xantidis & McCabe, citados por Joseph & Balck (2012), describen la existencia de dos subgrupos diferentes de clientes. El primer grupo se caracterizó por la búsqueda de sensaciones y parecía

motivado a visitar las trabajadoras sexuales a causa de la novedad y variedad en los encuentros sexuales. El segundo subgrupo, sin embargo, se caracteriza por la baja efectividad social- sexual y parecía motivada a visitar trabajadoras sexuales debido a una necesidad interpersonal para la intimidad.

En una línea similar, Solana, citado por Meneses (2010), distinguía dos tipos de clientes: aquellos que llamaba objetualizadores, ya que deseaban una relación despersonalizada e instrumentalizada. Las mujeres para ellos eran instrumentos de placer y, como tales, buscaban los servicios sexuales sin implicación en la relación. El segundo tipo era aquellos que llamaba personalizadores, porque buscaban además otras dimensiones no sexuales en la persona que ofrecía los servicios sexuales.

Los lugares de contacto así como donde se tuvo relaciones sexuales también son diversos. Milrod & Monto (2012) señalaron las locaciones en que los entrevistados habían tenido sexo con una prostituta: un hotel o motel, en una habitación de ella, en una casa de masajes o prostíbulo, en la casa del entrevistado, en un coche, en un parque o espacio público.

Rostagnol (2011) señala que el consumo de prostitución se realiza en espacios específicos, que pueden ser tanto cerrados como abiertos, pero en todos los casos, se trata de un ámbito particular, reconocido y reconocible por clientes. A nivel nacional, la autora señala diversos lugares donde los clientes frecuentan para contactar a prostitutas. Correspondiendo la calle, parques y plazas a los espacios abiertos y whiskerías, local de karaoke, prostíbulos y casas de masajes a los cerrados.

Prostitución y Género

Meneses (2010) afirma que existe un importante componente de género en esta actividad, ya que la mayoría de las personas que ofrecen servicios sexuales son mujeres y son los varones los principales compradores de sexo. “El género se define como la red de creencias, rasgos de personalidad, actitudes, valores, conductas y actividades que diferencian a mujeres y hombres. Tal diferenciación es producto de un largo proceso histórico de construcción social.” (Meler, 2003, p.43)

En palabras de de Lauretis, el sistema sexo-género es tanto una construcción sociocultural como un aparato semiótico, un sistema de representación que asigna significado (identidad, valor, prestigio, ubicación en la jerarquía social, etc.) a los individuos en la sociedad. (1989, p.11)

Marques, citado por López & Güida (2000), asevera que al nacer los varones reciben dos consignas básicas, la primera sería: “Ser varón es importante” y la segunda: “Debes demostrarlo”. Tal vez la manera más simple de demostrarlo es descripta por Stoller, citado por López & Güida (2000), quien afirma que la primera obligación para un hombre es la de no ser una mujer. Por lo tanto se podría definir una actividad masculina siguiendo esta linealidad y decir que lo será siempre y cuando no sea femenina.

Rostagnol (2011), afirma que la concurrencia a prostitutas se constituye entonces en una prueba pública y aquí lo que interesa no es la realización o no del acto sexual propiamente dicho, sino – primordialmente- que el varón cumpla con el rito y refuerce el mito al contar con testigos que confirmen su actuación. Volverse hombre requiere un doble juego de validación: validación individual de la virilidad ante una mujer mediante la concreción del coito, con el consecuente empoderamiento fálico, y validación social otorgada y garantida por sus referentes masculinos a partir de ese acto.

Kimmel & Nuñez, citados por Keijzer (2003), comentan que en la construcción de la masculinidad no sólo aparece la oposición a lo femenino sino también la homofobia como eje de afirmación. Badinter, citado por López & Güida (2000), aporta a esta mirada diciendo que para hacer valer la identidad masculina el varón deberá convencer a los demás de tres cosas: que no es mujer, que no es un bebé y que no es homosexual.

Las críticas feministas y opositores del trabajo sexual han sostenido durante mucho tiempo que el consumo masculino del trabajo sexual es una expresión de lo masculino el poder, la dominación y control sobre las mujeres. Este punto de vista sugiere que los hombres que compran los servicios de las prostitutas participan en una forma de la violencia contra la mujer, independientemente de las circunstancias en que se compra el sexo. (Joseph & Black, 2012)

López & Baringo (2006), a partir de su investigación aportan que el hombre heterosexual continúa siendo socializado de tal forma que se valora positivamente el ser una especie de depredador sexual y que la masculinidad se adquiere por imitación. Las revistas o la televisión pueden difundir modelos a imitar pero donde uno se hace hombre es estando con otros hombres, por eso la importancia del grupo de iguales: los amigos, la pandilla.

Prostitución y legalidad

La Organización Mundial de la Salud (OMS) en el 2014 recomendó regular la prostitución con el objetivo de reducir el impacto de VIH en esta población. En esta serie de recomendaciones la OMS definió a quien se encuentra en el rol de prostituta como: trabajador sexual; lo cual implica un posicionamiento frente a la actividad, contraponiéndose frente a las posturas abolicionistas, quienes no la consideran como un trabajo.

Rostagnol (2011) afirma que el negocio del sexo mueve mucho dinero, la única manera que han encontrado los estados de obtener una recaudación a partir del mismo, es a través de la legalización de la práctica. Para Monto & McRee (2005) el estatus legal de la prostitución y la intensidad de los esfuerzos jurídicos, reflejan el grado en que la prostitución es aceptada en una ciudad o país determinado.

A nivel mundial, los distintos gobiernos han optado por diversos caminos frente a la prostitución, en Suecia, por ejemplo, la reglamentación es muy estricta con este tema. El 29 de mayo de 1998, el Parlamento sueco aprobó una ley que tipificó como crimen la compra o el intento de compra de “una relación sexual temporal” mas no la venta (Kulick, 2003). Medidas inspiradas en el modelo sueco se introdujeron en Noruega (2009), Islandia (2009), Inglaterra (2009), y en Irlanda del Norte (2008). En cuanto a Estados Unidos, en las grandes ciudades como Nueva York y San Francisco - donde la prostitución es ilegal- las operaciones de la policía para arrestar a los clientes en las calles se han intensificado desde finales de los noventa. (Serughetti, 2012)

Holanda, presenta un modelo totalmente opuesto al sueco. En 2000, las autoridades holandesas levantaron la prohibición de los prostíbulos en su país. La esencia de su enfoque fue para regular la prostitución. Las personas mayores de edad pueden vender y comprar voluntariamente servicios sexuales. Los burdeles que cumplen ciertas condiciones, tienen licencia y son legales. (Huisman & Kleemans, 2014)

A nivel nacional contamos, desde el 2002, con la Ley No. 17.515 que regula la actividad. La misma está plenamente enfocada en la figura de quien se encuentra en el ejercicio de la prostitución, definiendo que son trabajadores sexuales todas las personas mayores de dieciocho años de edad

que habitualmente ejerzan la prostitución, recibiendo a cambio una remuneración en dinero o en especie.

La ley establece que en cada departamento del país la Intendencia Municipal será la encargada de establecer las zonas en donde se podrá ofrecer el trabajo sexual. Las mismas estarán perfectamente delimitadas en cuanto a áreas geográficas y horarios, teniendo en cuenta el número de trabajadores sexuales. También, se deberá prever en forma precisa el comportamiento del trabajador sexual, de modo que no afecte la sensibilidad de las familias de la vecindad ni resulte lesivo para niños o adolescentes. Asimismo, se atenderán las realidades y formas de convivencia de cada localidad.

Otro de los puntos relevantes de la legislación fue la creación de un Registro Nacional del Trabajo Sexual, además que se estipula la obligatoriedad de realizarse regularmente un control sanitario, el cual consta en un carné que los trabajadores sexuales deben llevar siempre consigo. Al respecto Rostagnol (2011) afirma que si bien la ley considera a los trabajadores sexuales en todos sus derechos y obligaciones laborales, los controles sanitarios que les exige, están pautados para proteger solo a los clientes, considerando, entre otras cuestiones, que éstos no necesitan tener ningún tipo de control sanitario para acceder a los servicios de un trabajador sexual.

Objetivo General y Objetivos Específicos

Objetivo General:

Indagar acerca de los motivos y razones que llevan a varones jóvenes de Montevideo a pagar por sexo a una prostituta mujer.

Objetivos específicos:

- Indagar acerca del rol de la prostitución en la construcción de la identidad masculina de los varones.
- Analizar los significados que se le atribuyen al sexo pago comparativamente con el no pago.
- Indagar acerca de que practicas específicas se realizan con una prostituta y las significaciones que se les atribuye.
- Explorar el rol de los grupos de referencia en el consumo de prostitución.

Justificación

Se espera que la investigación aporte a un área poco investigada en Uruguay. Los últimos estudios e investigaciones a nivel nacional han tenido por objeto de estudio la vulnerabilidad de la prostituta o, en casos como la explotación sexual, quien es prostituido. Ha quedado invisibilizado quien paga por sexo y quien, en último instancia, sostiene la práctica desde el punto de vista económico. Se ha prestado mayor atención a estudiar cómo y porqué las mujeres ejercen la prostitución, y las conductas de riesgo asociadas a esta actividad y estas mismas preguntas han sido poco investigadas cuando se trata de los clientes.

El estudio de los motivos por los cuales los varones acceden a la prostitución puede aportar a dar una mirada más integral de la temática y a aportar conocimiento y visibilidad sobre una perspectiva del fenómeno poco indagada en el país. Sin bien a nivel nacional los estudios de género han ido en aumento, escasean aquellos referidos particularmente a la masculinidad.

La falta de estudios referidos al cliente contribuye a prolongar el desconocimiento que hay sobre los mismos. A nivel nacional contamos con una realidad totalmente diversa a aquella donde los estudios fueron realizados. Aquellos que fueron realizados en Estados Unidos, se dieron con clientes arrestados por intentar de contratar a una prostituta lo cual puede influir en los resultados obtenidos, mientras que la realidad española varía dependiendo de las ciudades.

Si partimos desde la premisa de que muchas mujeres que practican la prostitución se encuentran en situaciones de gran exposición y por consiguiente de gran vulnerabilidad; entender que lleva a los varones a pagar por sexo adquiere valor, no solo para ahondar y profundizar en el estudio de las masculinidades, sino para aportar elementos que sirvan a pensar el fenómeno de la prostitución y la vulnerabilidad de quienes se encuentran en el rol de prostitutas.

Problema de la Investigación y Principales Preguntas que se intentarán responder

La presente investigación plantea como tema a trabajar al cliente de la prostitución. Dicha cuestión representa un campo de indagación interesante a profundizar, dado que si bien el interés hacia la prostitución ha ido en aumento, en la mayoría de los casos fue aproximándose a la situación de

quien vende el servicio sexual. Es fundamental profundizar desde de la perspectiva de los clientes ya que son quienes, mediante el pago, promueven la actividad. Desde este punto de vista, investigar los móviles y estímulos que fomentan el consumo representa un universo innovador en la temática.

Esta investigación pretende indagar acerca de las razones y motivaciones que llevan a los varones jóvenes de Montevideo a pagar por sexo. Lo que se intentará investigar es el rol que puede llegar a jugar la construcción de una identidad masculina en mantener relaciones sexuales con una prostituta. Lo que interesa al estudio son las causas y las explicaciones a través de las cuales los varones entienden su propio consumo de prostitución.

La pregunta central de la investigación será ¿Cuáles son los motivos que llevan a los varones jóvenes a pagar por sexo?

Para construir esta respuesta principal se construyeron las siguientes preguntas secundarias:

¿De qué manera puede influir la construcción de la identidad masculina de los varones a su consumo de prostitución?

¿Qué significados y valores tiene el sexo no pago para los varones?

¿Qué significados y valores tiene el sexo pago para los varones?

¿Cuáles son las actividades, sexuales o no sexuales, que se realizan con una prostituta?

¿De qué forma los grupos de referencia influyen en el consumo de prostitución?

Diseño Metodológico

La estrategia metodológica planteada para la presente investigación es de corte cualitativo. Se entiende la misma como lo hacen Marshall & Rossman (citados por Vasilachis, 2006), quienes explican que la investigación cualitativa es pragmática, interpretativa y se encuentra asentada en la experiencia de las personas. El proceso de investigación cualitativa supone la inmersión en la vida cotidiana de la situación seleccionada para el estudio, la valoración y el intento por descubrir la perspectiva de los participantes sobre sus propios mundos y la consideración de la investigación

como un proceso interactivo entre el investigador y esos participantes, como descriptiva y analítica y que privilegia las palabras de las personas y su comportamiento observable como datos primarios.

La población que se pretende abarcar son varones que hayan tenido su debut sexual en los últimos 10 años, que paguen o hayan pagado por sexo y que residan en Montevideo. La “Encuesta Nacional de Adolescencia y Juventud” del año 2013, llevada a cabo por el Ministerio de Desarrollo Social (MIDES), el Instituto Nacional de Evaluación Educativa (INEED) y el Instituto Nacional de Estadística (INE), la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de la República, a través del Departamento de Sociología, señala que, en promedio, los varones uruguayos tienen su primera relación sexual a los 15 años.

El corte etario responde a la voluntad de trabajar con una población uniforme en términos generacionales. Se espera que de esta manera los diferentes aportes de los entrevistados no deban ser analizados a partir de la edad de los mismos sino pensando en otros factores que puedan modificar su manera de vivir pagar por sexo.

La metodología seleccionada para llevar adelante la investigación es la Teoría Fundamentada. De acuerdo con lo que expresa Sandoval, citado por De la Torre (2007) es una Metodología General utilizada para desarrollar teoría a partir de datos que son sistemáticamente capturados y analizados. Es una forma de pensar acerca de los datos y poderlos conceptualizar. Aun cuando son muchos los puntos de afinidad en los que la teoría fundamentada se identifica con otras aproximaciones de investigación cualitativa, se diferencia de aquellas por su énfasis en la construcción de teoría.

Se tomará una muestra teórica hasta lograr la saturación teórica que propone la Teoría Fundamentada. La codificación será abierta, axial y selectiva y se aplicarán los métodos de la comparación constante y el muestreo teórico que son imprescindibles para esta metodología de investigación.

Para la recolección de la información se procederá a realizar entrevistas en profundidad de tipo estandarizada no programada. Denzil, citado por Valles (1999), afirma que las mismas dan libertad tanto al entrevistador como al entrevistado en la formulación de las preguntas y en las respuestas respectivamente. Al decir de Taylor & Bogdan (1987) las entrevistas cualitativas en profundidad

se entienden como encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus palabras.

Será imprescindible la grabación de las mismas y la realización de notas de campo con las asociaciones que puede ir haciendo el entrevistador en el curso de las mismas. Será también necesaria una guía de entrevista que asegurará que se indaguen todos los temas que interesan al estudio.

Para lograr contactarse con los participantes se utilizarán redes sociales personales para lograr acceder a varones que cumplan con los criterios definidos para la investigación. A partir de los primeros casos se utilizará la técnica de bola de nieve hasta completar el tamaño muestral estimado en base al punto de saturación teórica. Con la voluntad de no generar una muestra demasiado homogénea y lograr realizar un análisis más abarcativo, se harán al menos seis técnicas de bola de nieve tomando en cuenta y cruzando tres tipos de clase socioeconómicas a la cual puedan pertenecer los clientes: alta, media y baja, y dos tipos de prostitución a la cual puedan acceder: whiskerías y calle por un lado y prostitución por Internet, hoteles y casas de masajes caras por el otro.

Consideraciones Éticas

Por tratarse de una investigación en la que participan seres humanos y por encontrarnos frente a un abordaje cualitativo en la medida en que se busca conocer y comprender las significaciones que tienen determinados acontecimientos y experiencias vividas para las personas, es muy importante tomar en cuenta ciertas consideraciones éticas.

Este estudio se rige por el decreto n° 379/008 del MSP que tiene como finalidad la protección integral de los seres humanos que participan de una investigación. De acuerdo con este decreto, se respetará el anonimato de las personas involucradas, en este caso de los varones que serán entrevistadas. Se garantizará la confidencialidad y privacidad de la información que brinden. Conforme a este decreto, los varones deberán disponer de información clara, completa y pormenorizada sobre la naturaleza de la investigación, sus objetivos, métodos, beneficios previstos, potenciales riesgos y/o incomodidades que ésta pueda acarrear. En función de ello se

solicitará el consentimiento a los varones así como su aceptación para grabar las entrevistas con el fin de transcribir posteriormente la información.

Cronograma de Ejecución

Actividades	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Profundización de la lectura conceptual y ampliación del marco teórico. Resultado: Marco teórico elaborado	X											
Elaboración y prueba de los instrumentos para el trabajo y pautas para las entrevistas en profundidad. Consentimientos informados. Resultado: Instrumentos elaborados y probados.		X										
Identificación y captación de los sujetos de estudio de inicio (luego se continua con la técnica bola de nieve). Resultado: Sujetos de estudio captados		X	X									
Aplicación y grabación de las entrevistas en profundidad. Resultado: Grabación de las entrevistas realizada		X	X	X	X							
Desgrabación y registro escrito de las entrevistas. Resultado: Registro escrito realizado		X	X	X	X	X	X	X				
Categorización de la información. Resultado: Categorización de la información para el análisis realizada.		X	X	X	X	X	X	X	X	X		

Análisis de la información. Resultado: Análisis de la información realizado y sistematizado para el informe.								X	X	X		
Elaboración de informe con conclusiones de acuerdo a los resultados obtenidos. Resultado: Informe realizado										X	X	
Intercambio con académicos y colegas de distintas disciplinas. Resultado: Investigación divulgada y discutida												X

Bibliografía

- Asamblea General. (2002). *Ley N° 17.515*. Obtenido de <http://www.parlamento.gub.uy/leyes/AccesoTextoLey.asp?Ley=17515&Anchor=>
- Busch, N., Bell, H., Hotaling, N., & Monto, M. (2002). Male Customers of Prostituted Women: Exploring Perceptions of Entitlement to Power and Control and Implications for Violent Behavior Toward Women. *Violence Against Women*. Vol. 8, No. 9: 1093-1112.
- De La Torre, G., Di Carlo, E., Florido Santana, A., Opazo Carvajal, H., Ramírez Vega, C., & Rodríguez Herrero, P. (2007). Teoría Fundamentada o Grounded Theory. *Universidad Autónoma de Madrid*.
- De Lauretis, T. (1989). *La tecnología del género*. Londres: Macmillan Press.
- Durchslag, R., & Goswami, S. (2008). *Deconstructing The Demand for Prostitution: Preliminary Insights From Interviews With Chicago Men Who Purchase Sex*. Chicago: Chicago Alliance Against Sexual Exploitation.
- Huisman, W., & Kleemans, E. (2014). The challenges of fighting sex trafficking in the legalized prostitution market of the Netherlands. *Crime Law Soc Change*. 61:215-228.
- INJU, MIDES. (2013). *Informe*. Obtenido de Tercera Encuesta Nacional de Adolescentes y Juventud: <http://www.inju.gub.uy/innovaportal/file/41610/1/tercer-informe-encuesta-nacional-dejuventud-2013.pdf>
- Joseph, L., & Black, P. (2012). Who's the Man? Fragile Masculinities, Consumer Masculinities, and the Profiles of Sex Work Clients. *Men and Masculinities*. 486-506.
- Keijzer, B. d. (2003). Hasta donde el cuerpo aguante: Género, Cuerpo y Salud Masculina. En C. Cáceres, M. C. Ramos, S. Vallenas, & (Coords.), *La salud como un derecho ciudadano. Perspectivas y propuestas desde América Latina* (págs. 137-152). Lima: Universidad Peruana Cayetano Heredia.

- Kulick, D. (2003). Sex in the new Europe: The criminalization of clients and Swedish fear of penetration. *Anthropological Theory*, 199-218.
- Lamas, M. (2014). ¿Prostitución, trabajo o trata? Por un debate sin prejuicios. *Debate Feminista*.
- López, A., & Guida, C. (2000). Aportes de los Estudios de Género en la Conceptualización sobre Masculinidad. En M. A., & otros, *Femenino y Masculino* (págs. 51-68). Montevideo: Psicolibros.
- López, J. (2012). Una aproximación etnográfica a la prostitución: cuando las trabajadoras sexuales hablan de los clientes. *Revista Española de Sociología*, 31-62.
- López, R., & Baringo, D. (2006). Ciudad y prostitución heterosexual en España: el punto de vista del «cliente» masculino. En R. L. Insausti, & D. B. Ezquerro, *Nadie va de Putas*. Zaragoza: AUTOR-EDITOR.
- Macleod, J., Farley, M., Anderson, L., & Golding, J. (2008). *Challenging Men's Demand for Prostitution in Scotland*. Glasgow: Women's Support Project.
- Meler, I. (2003). La Masculinidad. Diversidad Y Similitudes Entre los Grupos Humanos. En M. Burin, *Varones, Género y Subjetividad* (págs. 71-120). Buenos Aires: Paidós.
- Meneses, C. (2010). Factores motivacionales en una muestra de hombres españoles que pagan por servicios sexuales. *Revista de la Asociación Española de Neuropsiquiatría*. 393-407.
- Monto, M. (2001). Prostitution and Fellatio. *Journal of Sex Research*, 140-145.
- Monto, M. A., & Milrod, C. (2013). Ordinary or Peculiar Men? Comparing the Customers of Prostitutes With a Nationally Representative Sample of Men. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*. 802-820.
- Monto, M., & McRee, J. N. (2005). A Comparison of the Male Customers of Female Street Prostitutes with National Samples of Men. *international journal of offender therapy and comparative criminology*. 49:505-29.

- Monto, M., & Milrod, C. (2012). The Hobbyist and the Girlfriend Experience: Behaviors and Preferences of Male Customers of Internet Sexual Service Providers. *Deviant Behavior*, 792–810.
- OMS. (2014). *Consolidated Guidelines on HIV prevention, diagnosis, treatment and care for key populations*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: <http://www.who.int/hiv/pub/guidelines/keypopulations/en/>
- Rostagnol, S. (2011). *Consumidores de sexo. Un estudio sobre masculinidad y explotación sexual comercial en Montevideo y área metropolitana*. Montevideo, Uruguay: Zonalibro S.A.
- Serughetti, G. (2012). Prostitution and Clients' Responsibility. *Men and Masculinities*. 35-48.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de significados*. Madrid: Paidós.
- Valles, M. (1999). Técnicas de conversación, narración (I): Las entrevistas en profundidad. En M. Valles, *Técnicas cualitativas de Investigación Social: Reflexión metodológica y práctica* (págs. 177-235). Madrid: Síntesis.
- Vasilachis, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.