

El consumo de sexo de pago en España. Un estudio preliminar sobre foros de discusión en línea.

Paying for sex in Spain. A preliminary study of on-line forums.

Ana Luisa Ordóñez Gutiérrez¹

Resumen:

La mayor visibilidad de las trabajadoras del sexo frente a sus clientes resulta frecuente en la investigación social. No obstante, se trata de un desequilibrio que debe ser compensado, puesto que el cliente es imprescindible en la transacción que define la prostitución. De hecho, en el ámbito académico anglosajón, el estudio de la compra de sexo está cambiando la comprensión de la sexualidad comercial. Frente a las definiciones clásicas de la prostitución como una actividad emocionalmente indiferente, hallazgos más recientes muestran la posibilidad de relaciones de intimidad en el sexo de pago. En España, los estudios sobre la demanda de prostitución son escasos, por lo que esta investigación pretende contribuir al conocimiento en este campo. Con este fin, se examinó el consumo de sexo de pago, tal y como se manifiesta en foros de discusión en línea dirigidos a los clientes de prostitución. En estos espacios, se comparte información útil para elegir los servicios de una determinada trabajadora del sexo. De esta forma, los usuarios publican mensajes en los que valoran los servicios sexuales recibidos, de forma que otros posibles compradores puedan usar dichos mensajes como guía. Se observaron las características y el funcionamiento de 23 foros de discusión en línea. A su vez, se realizó un análisis cualitativo del contenido de 977 mensajes, centrado en las valoraciones sobre servicios sexuales publicadas en tres foros seleccionados. Además de describir las funciones principales de estos foros de discusión, los resultados muestran cómo el logro de una conexión intersubjetiva con la trabajadora del sexo resultó relevante para la satisfacción del cliente.

Palabras clave: "Prostitución", "Sexo de pago", "Internet", "Intimidad".

Abstract:

In social research, greater visibility is more often given to sex workers than to their clients. This imbalance should however be countered, as the client is an essential part of the sexual transaction. In fact, in Anglo-Saxon academic research circles, studies of paid sex are changing the way we understand commercial sexuality. The classic definition of prostitution being characterized by emotional indifference has been countered by recent studies that demonstrate the possibility of intimacy in sexual relationships that are paid for. In Spain, there are few studies on the demand for prostitution and this paper aims to contribute to our knowledge of this field. With this purpose in mind, this piece of research

¹Alumna del Master Universitario en Género y Diversidad de la Universidad de Oviedo. Correo electrónico: ordonezanaluisa@gmail.com

examined paid sex, as reflected in on-line forums aimed at clients of prostitutes. Useful information on choosing the services of a particular sex worker is shared in these on-line spaces. Users post messages, assessing the sexual services they have received so that potential buyers can be guided by their comments. 23 on-line forums were observed and their features and the way they operate were studied. A qualitative analysis was also carried out of the content of 977 messages, focusing on the opinions on sexual services published in three chosen forums. The results describe the main functions of these forums and show how developing an intersubjective relationship with the sex worker had an impact on client satisfaction.

Key words: "Prostitution", "Paid Sex", "Internet", "Intimacy".

Marco teórico de la investigación:

El fenómeno de la prostitución tal y como hoy lo conocemos empezó a gestarse en Europa a comienzos de la Edad Moderna, coincidiendo con el despegue del capitalismo y con el establecimiento de un férreo control social basado en el género. En ese momento, la prostitución quedó dispuesta como una ocupación estigmatizada, propia de las mujeres y dirigida a satisfacer los deseos de los hombres (Varela, 1995). Se trata de una configuración que se mantiene en la actualidad, en el escenario de la globalización económica neoliberal, la feminización de las migraciones y el desarrollo de las tecnologías de la comunicación (Ordóñez, 2006).

La prostitución sigue constituyendo una forma de conseguir sustento o de lograr un aumento del poder adquisitivo para las mujeres que la ejercen, llevada a cabo a través de la venta de la fuerza de trabajo para la producción de un servicio, en un proceso que puede estar sujeto a la apropiación de la plusvalía por terceras partes (Van der Veer, 2001)². En dicho servicio, las trabajadoras del sexo realizan una labor física, a la que se suma un desempeño emocional destinado a manejar sus sentimientos y su identidad ante los clientes y ante sí mismas (Chapkis, 1997; Sanders, 2005).

A pesar de que la investigación social suele centrarse en la figura de las trabajadoras del sexo, los clientes resultan imprescindibles en la transacción que define la sexualidad

² Para Marjoleen Van der Veer, las trabajadoras del sexo sufren diferentes grados de violencia, explotación y apropiación de la plusvalía en función de la organización de la prostitución en torno a un determinado modo de producción (esclavo, asalariado o independiente), así como de la presencia de desigualdades sociales y estigmas, o de la influencia de políticas y leyes que impiden el trabajo independiente de las trabajadoras del sexo o aumentan su inseguridad laboral.

comercial. Por ello, es necesario considerar la prostitución no sólo como una actividad de producción, sino también de consumo.

El consumo supone la satisfacción de necesidades y deseos a través de la compra de objetos y servicios, pero lo característico de nuestra sociedad es que existe un marco normativo que obliga a consumir, y que afecta a la constitución de nuestra identidad y de nuestras relaciones, volviendo más frágiles los vínculos (Bauman, 1999, 2005).

A partir de la segunda mitad del siglo XX, el despliegue de la “sexualidad recreativa” (Bernstein, 2007), encaminada a obtener placer y sensaciones al margen de relaciones duraderas de matrimonio o de pareja, fue simultáneo al desarrollo de una industria del ocio masculino basada en la pornografía y la prostitución (Preciado, 2010).

La aparición de Internet supuso el desarrollo y la diversificación de esta industria. En el caso de la prostitución, la Red se utiliza para la promoción de servicios sexuales a través de páginas web, facilitando el contacto entre trabajadoras del sexo y clientes (Caroço, 2011; Castle & Lee, 2008). No obstante, un aspecto más novedoso ha sido la proliferación de foros de discusión en línea donde los clientes de prostitución intercambian opiniones sobre los servicios sexuales recibidos (Early & Sharp, 2007; Holt, Blevins & Kuhns, 2007; Katsulis, 2010; Milrod & Weitzer, 2012; Soothill & Sanders, 2004).

En la investigación que se presenta a continuación se comprobó la existencia de tales foros en España, se exploraron las características y funcionamiento de estos espacios, y posteriormente se analizó su contenido con la intención de examinar los significados asociados a la compra de sexo que allí se muestran.

Para ello, se tuvieron en cuenta los hallazgos de investigaciones previas según los cuales los clientes de sexo de pago no buscan una relación sexual fría y mecánica, sino que les gusta que las trabajadoras del sexo aparenten estar deseosas y entusiasmadas con los encuentros, y parezcan obtener placer de los mismos (Earle & Sharp, 2007; Plumridge, Chetwynd, Reed & Gifford, 1997). Tales encuentros podían incluir elementos propios de citas románticas (Sanders, 2008b) o implicar sensaciones similares a estar “con una novia” (Bernstein, 2007; Sanders, 2008a). Igualmente, se observó cómo el enamoramiento y la amistad surgían entre clientes y trabajadoras del sexo, pudiendo llegar a constituir relaciones duraderas (Earle & Sharp, 2007; Milrod & Weitzer, 2012).

Estos resultados ponen a prueba la concepción clásica que define la prostitución como un acto sexual emocionalmente indiferente (Davis, 1937). Por el contrario, indican que el consumo de sexo de pago podría suponer una experiencia emocional y no sólo corporal-física. De hecho, al menos en el ámbito anglosajón, la intimidad ha pasado a formar parte de la conceptualización de la prostitución, de manera que incluso sin expectativas de compromiso a largo plazo, se considera que la interacción que se produce en el sexo de pago posee un valor intersubjetivo significativo (Bernstein, 2007; Zelizer, 2005). El trabajo mostrado en esta comunicación trata de comprobar si la intimidad constituye un aspecto relevante en el contenido de los foros de discusión en línea sobre sexo de pago en España.

Método:

Una de las decisiones más difíciles en el diseño de la investigación fue la de realizar un estudio encubierto, en la línea de investigaciones precedentes (Earle & Sharp, 2007; Holt et al., 2007; Milrod & Weitzer, 2012; Soothill & Sanders, 2004). Se asumió dicho planteamiento con la condición de intentar reducir al máximo los riesgos que pudiera suponer para los foros y sus usuarios, aún cuando ello conllevara limitaciones para el estudio. Con esta intención, se protegieron sus nombres con pseudónimo, y se eliminó cualquier dato personal o de contacto en el contenido analizado. A su vez, de cara a la comunicación de resultados, se decidió no divulgar el proceso seguido para la localización de los foros en Internet, así como citar sólo fragmentos de contenido no indexados en buscadores.

Hay que tener en cuenta que, previamente al inicio del estudio, la existencia de este tipo de foros en España ya se había hecho pública a través de los medios de comunicación³. A su vez, la perspectiva adoptada en la investigación partía de una visión crítica con las condiciones sociales que configuran la prostitución, pero trataba de ser respetuosa con las personas implicadas, ya fueran trabajadoras del sexo o clientes.

La búsqueda de foros de discusión en línea sobre sexo de pago realizada arrojó la existencia en España de, al menos, 23 sitios web activos con estas características en el

³ Se puede consultar a modo de ejemplo el siguiente enlace del periódico El Mundo en el año 2009, disponible en <http://www.elmundo.es/elmundo/2009/03/23/madrid/1237802028.html>

año 2012. Durante cuatro meses, se realizó una observación del funcionamiento de estos espacios, así como del público al que iban destinados. A continuación, se seleccionaron tres foros (F5, F6 y F14) para la siguiente fase del estudio, en base a los siguientes criterios:

- El contenido de los foros debía ser de acceso libre, es decir, su lectura debía estar disponible para cualquier persona que entrara en el sitio web, sin necesidad de registrarse.
- Los foros no debían mostrar una intención comercial explícita⁴.
- El estudio encubierto del contenido de los foros no debía vulnerar las normas de uso del mismo, ni las condiciones de uso del sitio web que lo albergaba.

Se llevó a cabo un Análisis Cualitativo de Contenido (Mayring, 2000) de los tres foros seleccionados, concretamente de las secciones donde los clientes valoraban y comentaban sus experiencias de sexo de pago. Los resultados presentados en esta comunicación corresponden a una muestra formada por los hilos de mensajes abiertos en el año 2008 en las secciones de experiencias de los tres foros, lo que supuso un total de 134 hilos temáticos y 977 mensajes analizados (Tabla 1)⁵:

Tabla 1:		
Composición de la muestra analizada		
Nombre del foro:	Nº de hilos temáticos:	Nº de mensajes:
F5	70	376
F6	49	215
F14	15	386
Totales:	134	977

Se trata de un estudio piloto, dirigido a elaborar un sistema de categorías y un manual de codificación que permita la realización de un análisis posterior más amplio, por lo que los resultados presentados en esta comunicación deben ser considerados como preliminares.

⁴ Se usó como indicador de ello que el foro permitiera valorar los servicios de cualquier trabajadora del sexo, y no únicamente los servicios publicitados en el propio foro o sitio web.

⁵ Los mensajes de los foros se almacenan de forma que sigan disponibles aunque hayan sido escritos hace mucho tiempo. En los tres foros estudiados, la fecha de publicación del primer hilo de mensajes en la sección de experiencias variaba de unos foros a otros, siendo el año 2008 el primero en el que coincidían los tres foros.

Características y funcionamiento de los foros de discusión sobre sexo de pago:

Los foros localizados en el estudio se dirigían principalmente a un público masculino, interesado en comprar sexo de pago proporcionado por mujeres o travestis⁶. Si bien algunos foros estaban especializados en un área determinada, por ejemplo, una Comunidad Autónoma, la cobertura geográfica solía ser amplia, abarcando toda España o incluso países extranjeros.

Casi la totalidad de los foros se presentaban con la finalidad de facilitar la comunicación de los clientes entre sí, salvo en determinados casos en los que se mencionaba como objetivo la creación de un espacio de comunicación entre oferta y demanda (F8, F16, F19 y F20). A su vez, únicamente dos foros (F8, F15) ofrecían secciones dirigidas a la comunicación de profesionales del sexo entre sí.

Debido a la gran cantidad de información albergada, el contenido de los foros aparecía estructurado según apartados temáticos⁷. En todos los foros existían espacios dirigidos a compartir y comentar experiencias. Se trataba de secciones donde los clientes publicaban mensajes describiendo los servicios sexuales recibidos y valorando hasta qué punto cumplieron sus expectativas. Estas secciones de experiencias eran consideradas como *“esenciales para que el foro sea útil y se mantenga vivo”*, ya que sirven *“para evitar posibles decepciones en los encuentros”* y son *“un indicador del nivel de los servicios”* (F9).

A su vez, otros apartados de los foros estaban dedicados a albergar anuncios publicitarios y mensajes ofreciendo servicios sexuales, permitiendo que los clientes hicieran consultas

⁶ Con el término "travesti" se hace referencia a una identidad de género encarnada en un tipo ideal de mujer, que a la vez hace uso de una genitalidad considerada típicamente masculina (Vartabedian, 2014). En este estudio, solo uno de los foros estaba especializado en sexo de pago con travestis (F15), otros siete foros (F1, F2, F6, F7, F9, F11 y F12) se referían únicamente a mujeres, en diez foros más (F3, F4, F5, F10, F14, F16, F19, F20, F21, F22) la oferta incluía tanto mujeres como travestis, y por último, en los cinco foros restantes (F8, F13, F17, F18 y F23), además de mujeres y travestis, se ofrecían también trabajadores del sexo varones para servicios de orientación homosexual o heterosexual.

⁷ Según las herramientas estadísticas disponibles en los foros, el número total de mensajes albergados en el momento del estudio se situaba entre un valor mínimo de 1596 (F18) y un valor máximo de 746.247 (F22). Por su parte, el número de usuarios registrados oscilaba entre los 162 (F1) y los 163.504 usuarios (F14); cantidades que podrían estar sesgadas al alza, dada la posibilidad de que una misma persona tuviera varias identidades de usuario, pero también a la baja, al no contabilizar a quienes acceden a la página como visitantes, sin registrarse.

al respecto. Las trabajadoras del sexo podían publicar mensajes en estas secciones de los foros, pero no siempre se les permitía participar en los apartados de experiencias, reservados para los clientes. Estas normas buscaban controlar la publicidad encubierta, tratando de aumentar la fiabilidad de las experiencias publicadas, y se extendían al resto de usuarios⁸.

Aún así, la fiabilidad de los mensajes no podía garantizarse totalmente. Las trabajadoras del sexo podían registrarse "*haciéndose pasar por hombre*" o convencer a sus clientes fieles para que escribiesen comentarios positivos de ellas "*a cambio de descuentos*" (F4)⁹. Al cliente también podía "*darle corte que la profesional con la que ha estado, vea que la critica*" (F22), o puede tratar de "*ensalzar a las chicas*" buscando "*ganarse su amistad o su atención*" (F4). Una trabajadora del sexo también podía tener "*un mal día*" o encontrarse con "*un cliente imbécil o celoso*" que quisiera "*fastidiarla*" con una valoración descalificadora (F4).

La duda se presentaba así como consustancial a la compra de sexo, ya que "*la gracia*" de esta actividad residía en "*la búsqueda, en no saber si la experiencia nos gustará o no*" (F4). Al fin y al cabo, antes de los foros, "*mirar la sección del periódico e irse a un piso, era arriesgarse más que ahora*" (F23). Por ello, las experiencias se presentan como "*subjetivas*" y dependientes de "*gustos y circunstancias, ya que lo que para un usuario puede ser de agrado para otro no*" (F7).

A lo anterior, se debe añadir que los intereses comerciales podían sesgar el contenido del foro, especialmente cuando este estaba dirigido a comentar únicamente experiencias relativas a profesionales que se anunciaban en el propio foro o en el sitio web que lo albergaba. Como se indica en la siguiente tabla, de los 23 foros localizados, 17 de ellos estaban promovidos por empresas (Tipo 1 y 2):

⁸ Los foros usaban sistemas de clasificación de los usuarios en función de su antigüedad o credibilidad, de forma que el nivel fuera visible en cada mensaje publicado. En algunos foros, el moderador revisaba las publicaciones de los usuarios principiantes (F14 y F23). En otros, los usuarios tenían la obligación de presentarse ante el resto (F17 y F18) o debían lograr cierto estatus (F7) antes de realizar su primera publicación.

⁹ Por ello, en algunos foros se prohibía y sancionaba el uso de varias identidades por un mismo usuario, explicitando que se controlaría a través de la IP del ordenador de acceso.

Tabla 2			
Clasificación de foros según el tipo de sitio web			
	Nombre del foro:	Nº de foros:	Porcentaje:
Tipo 1:	F7, F8, F9, F10, F13, F14, F15, F16, F17, F18, F19, F20, F21, F22 y F23	15	65,22%
Tipo 2:	F1 y F2	2	8,69%
Tipo 3:	F3, F4, F5, F6, F11 y F12	6	26,09%
Total:		23	100%

Los foros clasificados como Tipo 1 dependían de una empresa dedicada a publicitar servicios de prostitución a través de la oferta de espacios web promocionales, puestos a disposición de profesionales y agencias, previo pago de una tarifa. Además de *banners* publicitarios, solían incluir catálogos en el sitio web donde cada profesional podía cubrir una ficha con su foto y perfil. En ocasiones, también se publicitaban artículos eróticos, pornografía y sexo de pago vía *webcam* o *video-chat*.

Los foros clasificados como Tipo 2 dependían de una agencia de prostitución dedicada a la comercialización de servicios. El catálogo de profesionales de la agencia se publicitaba en la página web, y los clientes podían solicitar una cita con una profesional determinada a través del teléfono o de un formulario en línea.

Finalmente, los foros de Tipo 3 pertenecían a un sitio web sin ánimo de lucro aparente, que a menudo sólo contenía el propio foro de mensajes, y donde las profesionales podían promocionarse gratuitamente.

Un último aspecto relativo a la estructura temática de los foros se refiere a la existencia de secciones dedicadas a las presentaciones entre usuarios, a la conversación libre o acotada en función de ciertas temáticas (salud sexual, ocio, humor, deportes, etc.), o incluso a la organización de quedadas, fiestas o cenas. Estos eventos se organizaban mediante herramientas de mensajería privada o chat, disponibles en los foros para el contacto directo entre los usuarios del foro.

El consumo de sexo de pago según las experiencias relatadas en los foros.

En el Análisis de Contenido de la muestra de mensajes procedente de los foros F5, F6 y F14 se localizaron 208 relatos de experiencias, escritos por 105 usuarios, que se identificaban como varones y describían encuentros con trabajadoras del sexo femeninas (travestis, sólo en tres ocasiones). La modalidad de prostitución en pisos era la que más frecuentemente aparecía en los relatos (Tabla 3)¹⁰:

	F5:	F6:	F14:	Total:	Porcentaje:
Calle:	13	1	10	24	11,54%
Club:	5	15	18	38	18,27%
Piso:	22	75	46	143	68,75%
Callgirl:	2	0	1	3	1,44%
Total:	42	91	75	208	100%

En estas narraciones, los clientes detallaban cómo había sido el encuentro, mencionando qué aspectos les habían agradado y cuáles no. Con esta intención, comentaban la correspondencia del servicio con lo ofertado en la publicidad del mismo, el precio, así como sus impresiones sobre el ambiente o las instalaciones. Sin embargo, el núcleo temático alrededor del cual giraban los relatos era la trabajadora del sexo y la interacción establecida con ella.

En todas las experiencias se valoraba el atractivo físico de la mujer, aludiendo a su cuerpo y a determinadas partes del mismo. Por lo general, les gustaba la juventud, la suavidad de la piel y la firmeza corporal, mientras que los signos de la edad o de la maternidad causaban insatisfacción. En ocasiones, el cliente explicaba el atractivo de la mujer porque le resultaba “*especial*” en comparación con otras, o le despertaba “*morbo*”. La indumentaria de las trabajadoras del sexo también era valorada positivamente cuando lograba excitar al cliente o conectar con una de sus fantasías.

¹⁰ Cuando los servicios se llevaban a cabo en la propia vivienda del cliente o en un hotel previamente acordado se clasificó la experiencia en la categoría *callgirl*.

Otro aspecto presente en todos los relatos era el relacionado con la destreza de la trabajadora del sexo en el desempeño erótico. Los clientes describían las prácticas sexuales realizadas, cuáles les excitaron, o por el contrario, les *“cortaron el rollo”*. Los gustos concretos variaban, pero en general, se valoraban positivamente los preliminares, siendo objeto de queja si la mujer era *“muy directa”* y se saltaba el juego previo. También apreciaban la posibilidad de realizar otras prácticas además del coito, principalmente las felaciones, siempre que fueran *“bien hechas”*, lo que entre otras características incluía evitar el uso del preservativo. A su vez, la satisfacción con el servicio iba ligada a la eyaculación, aunque este aspecto no siempre se conseguía.

En la mayor parte de los relatos, junto al atractivo y a la destreza sexual de la trabajadora del sexo, los clientes valoraban su actitud y el trato ofrecido. Con este fin, hacían mención a su carácter y forma de ser, así como al grado de *“implicación”* en el servicio. Rasgos como ser *“simpática”* o *“cariñosa”* aparecían asociados a la *“implicación”*, frente a mujeres descritas como *“secas”*, *“frías”* o *“bordes”*:

“Sonrisa que enamora, muy guapa de cara y buen cuerpo. Se implica y es simpática y cariñosa” (U59, F6, primer encuentro, valorado positivamente).

“Por muy buena que esté, es muy fría, poco implicada y muy altiva. Seca, directa, con prisas...” (U15, F5, primer encuentro, valorado negativamente).

Las trabajadoras del sexo eran calificadas como *“implicadas”* cuando mostraban interés en hacer que el cliente se sintiera bien y consiguiera placer sexual, algo que se asociaba en algunos relatos a que la mujer accediera a realizar las prácticas sexuales que el cliente proponía: *“lo mejor de ella, las ganas de hacerme pasar un buen rato”*; *“sabe cómo hacer feliz a uno”*; *“se esfuerza en complacer”*; *“voluntariosa, con muchas ganas de agradar y de hacer todo lo que quieras”*. En contraposición a esto, las trabajadoras del sexo que *“ponen pegas”* durante la realización del servicio eran calificadas como *“poco implicadas”*¹¹.

¹¹ La negociación previa del servicio entre trabajadora sexual y cliente se mencionaba en algunos relatos, pero no siempre. A su vez, dicha negociación podía prolongarse a lo largo del servicio, afectando a aspectos como el uso del preservativo, la realización de determinadas prácticas sexuales o a la duración del servicio.

A los clientes también les agradaba que la trabajadora del sexo aparentara disfrutar sexualmente del encuentro, siempre que lo manifestara de forma que fuera percibido como placer auténtico, o al menos, no exageradamente fingido. Contrariamente, si el cliente notaba que a la mujer le desagradaba el servicio: *“lo hace de forma mecánica”, “lo hace de mala gana”, “puso cara de asco”, “no le gusta lo que hace”*; o si la mujer aparentaba tener prisa por acabar: *“sólo estaba pendiente del reloj”, “me dijo que me corriera ya, porque se acaba el tiempo”*; todo ello era valorado por el cliente como una muestra de *“poca implicación”*.

Las experiencias mejor calificadas por los clientes eran a menudo encuentros descritos en términos de complicidad, en las que la trabajadora del sexo conectaba con lo que el cliente deseaba, averiguándolo aun sin preguntarle, y este parecía conseguir de manera recíproca el mismo efecto en ella. Esas sensaciones de complicidad y reciprocidad llevaban a los clientes a sentir que no estaban en una relación comercial, sino con una novia o *rollete*:

“Fue un polvazo increíble, la verdad, con muchísima complicidad, comunicación, y sobretodo gozo y placer. Era cómo follar con tu novia de toda la vida, la que sabe donde tocarte, que quieres que te haga y que quieres hacerle”. (U3, F5, primer encuentro, valorado positivamente).

“Folla con profesionalidad, no parece que haya una relación mercantil subyaciendo” (U27, F6, primer encuentro, valorado positivamente).

“Parece cualquier cosa menos una prostituta. Es como si fuera tu novia, no, rectifico, más que si fuera tu novia, porque está más entrenada”. (U24, F6, segundo encuentro, valorado positivamente).

“Una niña encantadora, dulcísima además de con una sonrisa de esas que te embelesan. Muchos pueden ser los comentarios que se podrían hacer, pero me quedo con el sentimiento de que es una niña tremendamente cálida, para algo más que simplemente sexo. Yo diría que es de esas personas con las que te quedas con las ganas de invitarlas a tomar un café y simplemente escucharlas reír. Lo dicho, un encanto de niña, que me recordaba mis amores de adolescencia”. (U58, F6, primer encuentro, valorado positivamente).

Otro aspecto apreciado era el hecho de recibir cuidados en forma de afecto o consuelo, masajes, e incluso ser bañados o vestidos por la trabajadora del sexo. También valoraban que les hicieran reír y una buena conversación, si ello conectaba con sus necesidades:

“Fueron dos horas maravillosas y aparte de follar como una diosa, nos reímos y hablamos de mil cosas, os la aconsejo” (U18, F5, primer encuentro, valorado positivamente).

“Se tumbó a mi lado y estuvimos charlando un rato, y me daba la sensación que nos conocíamos de toda la vida. Fue muy agradable también el rato que estuvimos charlando. Cuando bajamos incluso se me acerca y estamos un ratito hablando, todo un detallazo para una posible repetición con ella”. (U38, F6, primer encuentro, valorado positivamente).

En algunos relatos, se mostraba satisfacción cuando la trabajadora del sexo hacía sentir especial al cliente frente a otros, al recibir elogios y comparaciones positivas, así como un trato privilegiado que podía concretarse en descuentos o regalos en forma de tiempo, servicios o extras gratuitos. En las narraciones también se mencionaban invitaciones de la trabajadora del sexo para continuar la relación o quedar fuera de las instalaciones:

“He estado dos veces con una chica, una colombiana negra, en un piso, que si vas al gimnasio, que si eres guapo, que si no tienes novia es porque no quieres, que si me haces reír, que con los demás no me río simplemente desconecto, etc. Hasta ahí todo bien todas me dicen lo mismo, y aunque suene a presunción alguna se me ha corrido. El problema viene ahora, la primera vez me dijo varias veces que me la llevara conmigo. Y la segunda vez no se si se acordaba de mí o no, no me dijo nada ni yo a ella, pero me volvió a insistir en que la llevara conmigo (...). Llevo un año en el tema y no me creo nada, ni siquiera de las que se me corren, pero esta niña me tiene intrigado.” (U11, F5, segundo encuentro, valorado positivamente).

Los clientes a menudo mostraban dudas y desconfianza sobre la autenticidad de este tipo de comentarios y proposiciones.

Conclusiones:

Los foros de discusión en línea son una herramienta utilizada por los consumidores de sexo de pago en España con el objetivo de obtener información amplia y detallada sobre servicios sexuales. Además de esta función instrumental, los foros proporcionan un espacio de comunicación y socialización, en el cual compartir y comentar experiencias de sexo de pago a través de la comodidad y el anonimato que brinda un ordenador o un teléfono móvil. La compra de sexo se transforma así en una experiencia social, que las empresas utilizan para poner en marcha modelos de negocio impulsados por la Web 2.0.

Los resultados del análisis preliminar realizado sugieren que los clientes no buscan únicamente una experiencia física en el sexo de pago, sino que también quieren mantener una determinada interacción con la trabajadora del sexo que les permita satisfacer sus deseos (sexuales, de autoestima, de cuidado). Para lograrlo, parecen necesitar un encuentro en el que la intimidad no es sólo corporal, sino también emocional, en el sentido del establecimiento de una conexión con la trabajadora del sexo, que les permita representarla como sujeto deseante, y no como mero objeto de deseo.

Ahora bien, el uso del término "implicación" como un atributo propio de la trabajadora del sexo parece indicar que el cliente sitúa en ella la responsabilidad de conseguir dicha conexión íntima, más que en sí mismo. Mientras que en las relaciones no-comerciales los primeros encuentros con otras personas siempre conllevan incertidumbre y esfuerzo, el sexo de pago parece prometer al cliente una interacción menos compleja, en la que sus deseos serán satisfechos sin esfuerzo, a través de una relación aparentemente recíproca y auténtica, limitada claramente en el tiempo.

De este modo, la "implicación" de la trabajadora del sexo haría referencia a su habilidad para poner en escena una interacción con estas características, mientras que el cliente se situaría en el papel de consumidor, desentendiéndose de la dificultad de la tarea y sin tener en cuenta las condiciones de producción en las que esta se desarrolla.

Referencias:

- Bauman, Z. (1999). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Bauman, Z. (2005). *Amor líquido: acerca de la fragilidad de los vínculos humanos*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.
- Bernstein, E. (2007). *Temporarily Yours: Intimacy, Authenticity, and the Commerce of Sex*. Chicago: University of Chicago Press.
- Caroço, M. (2011). La prostitución en la era digital: análisis de estructuras y contenidos de los anuncios publicitados en Internet. *Ex aequo*, 24, 61-78.
- Castle, T., & Lee, J. (2008). Ordering sex in cyberspace: a content analysis of escort websites. *International Journal of Cultural Studies*, 11(1), 107-121.
- Chapkis, W. (1997). *Live Sex Acts: Women Performing Erotic Labour*. Nueva York: Routledge.
- Davis, K. (1937). The Sociology of Prostitution. *American Sociological Review*, 2(5), 744-755.
- Earle, S., & Sharp, K. (2007). *Sex in Cyberspace. Men Who Pay For Sex*. Inglaterra: Ashgate.
- Holt, T., Blevins, K., & Kuhns, J. (2007). Examining Sex Work from the Client's Perspective: Assessing Johns using On-line Data. *Deviant Behavior*, 28, 333-354.
- Katsulis, J. (2010). 'Living like a King': Conspicuous Consumption, Virtual Communities, and the Social Construction of Paid Sexual Encounters by U.S. Sex Tourists. *Men and Masculinities*, 13(2), 210-230.
- Mayring, P. (2000). Qualitative Content Analysis. *Forum: Qualitative Social Research*, 1(2), disponible en <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/1089/2385>
- Milrod, C., & Weitzer, R. (2012). The Intimacy Prism: Emotion Management among the Clients of Escorts. *Men and Masculinities*, 15(5), 447-467.

- Sanders, T. (2005). 'It's Just Acting': Sex Workers' Strategies for Capitalizing on Sexuality. *Gender, Work & Organization*, 12(4), 319-342.
- Sanders, T. (2008a). *Paying for pleasure. Men who Buy Sex*. Reino Unido: Willan Publishing.
- Sanders, T. (2008b). Male Sexual Scripts. Intimacy, Sexuality and Pleasure in the Purchase of Commercial Sex. *Sociology*, 42(3), 400-417.
- Soothill, K., & Sanders, T. (2004). The Geographical Mobility, Preferences and Pleasures of Prolific Punters: a Demonstration Study of the Activities of Prostitutes' Clients. *Sociological Research Online*, 10(1).
- Ordóñez, A.L. (2006). *Feminismo y prostitución. Fundamentos del debate actual en España*. Oviedo: Ediciones Trabe.
- Plumridge, E., Chetwynd, J., Reed, A., & Gifford, S. (1997). Discourses of Emotionality in Commercial Sex: The Missing Client Voice. *Feminism and Psychology*, 7(2), 165-181.
- Preciado, B. (2010). *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en "Playboy" durante la guerra fría*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Van der Veer, M. (2001). Rethinking Commodification and Prostitution: An Effort at Peacemaking in the Battles over Prostitution. *Rethinking Marxism*, 13(2), 30-51.
- Varela, J. (1995). La prostitución, el oficio más moderno. *Archipiélago: Cuadernos de crítica de la cultura*, 21, 52-70.
- Vartabedian, J. (2014). Sobre travestis, clientes y *maridos*: género y sexualidad en la construcción de las identidades de travestis brasileñas trabajadoras del sexo. *Revista de Antropología Social*, 23, 237-261.
- Zelizer, V. (2005). *The Purchase of Intimacy*. Princenton University Press.