Revista da ANPEGE. v. 16. nº. 30, p. 100 - 126, ANO 2020. e-ISSN: 1679-768X
https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/anpege. // DOI 10.5418/ra2020.v16i30.13159

ESPACIO URBANO Y PROSTITUCIÓN EN LA CIUDAD DE MÉXICO:
Sus clientes y consumidores/as

ESPAÇO URBANO E PROSTITUIÇÃO NA CIDADE DO MÉXICO:
Seus Clientes e Consumidores

URBAN SPACE AND PROSTITUTION IN MEXICO CITY:
Its clients and consumers

Laura Pallarés Ameneiro
Xose Manoel Santos Solla
Francisco Ramón Durán Villa

RESUMEN

Este artículo trata de la experiencia vital y espacial de hombres y mujeres, clientes y sexo-trabajadoras, que dan cuerpo al fenómeno social de la prostitución. El estudio se centra en dos áreas diferentes de la Ciudad de México: Metro Revolución y La Plaza Loreto en el barrio de La Merced. La selección de ambas "zonas" se justifica por la vasta y continuada presencia de prostitución "de calle", del alto número de mujeres de avanzada edad (más de 65 años) en situación de prostitución y de la presencia de los mayores volúmenes de afluencia de clientes. Nuestro objetivo es entender la relación de uno de los protagonistas centrales del fenómeno, el cliente, quien de un modo general no ha sido objeto de análisis en este campo de estudios. Todo lo contrario, se ha convertido en el sujeto "oculto" de la prostitución.

Palabras-claves: Espacio urbano; Prostitución; Cliente/consumidor

RESUMO

Este artigo trata da vida e da experiência espacial de homens e mulheres, clientes e profissionais do sexo, que dão forma ao fenômeno social da prostituição. O estudo se concentra em duas áreas diferentes da Cidade do México: Metro Revolución e La Plaza Loreto, no bairro de La Merced. A seleção das duas "áreas" é justificada pela presença vasta e contínua da prostituição "de rua", pelo alto número de mulheres idosas (acima de 65 anos) na prostituição e pela presença dos maiores volumes de clientes. Nosso objetivo é compreender a relação de um dos protagonistas centrais do fenômeno, o cliente, que de uma maneira geral não tem sido objeto de análise neste campo de estudo. Pelo contrário, ele se tornou o sujeito "escondido" da prostituição.

Palavras-chave: Espaço urbano; Prostituição; Cliente/consumidor

ABSTRACT:

This article deals with the life and spatial experience of men and women, clients and sex workers, who give shape to the social phenomenon of prostitution. The study focuses on two different areas of Mexico City: Metro Revolución and La Plaza Loreto in the La Merced neighbourhood. The selection of both "areas" is justified by the vast and continuous presence of "street" prostitution, the high number of elderly women (over 65 years old) in prostitution and the presence of the highest volumes of clients. Our aim is to understand the relationship of one of the central protagonists of the phenomenon, the client, who in a general way has not been the object of analysis in this field of study. On the contrary, he has become the "hidden" subject of prostitution.

Keywords: Urban space; Prostitution; Client/consumer

Introducción

Desde las ciencias de carácter social, más concretamente desde la Geografía, la prostitución ha sido un tema que ha entrado muy tarde a formar parte de la agenda. Existe un trabajo pionero de Symanski (1974) que analiza las restricciones espaciales de la prostitución legalizada en Nevada, Estados Unidos. Sin embargo, tendrá que ser el desarrollo de las Geografías feministas, en las siguientes décadas, la que le dé la palabra a las mujeres de una forma inclusiva, en la que se engloben todos aquellos grupos que habían sido expulsados a los márgenes de la sociedad. Este movimiento no solamente enriqueció a la Geografía en lo que respecta a la teoría, sino también en los métodos. Si la Geografía Humanística ya había introducido la subjetividad en el análisis, el enfoque de género va a reforzar esta posición, ya sea desde perspectivas marxistas o posestructuralistas. Autoras como McDowell van a tener un protagonismo muy relevante en la denominada Geografía de la Mujer (McDowell, 2000), intentando compensar el desconocimiento que existía en el binomio mujer-territorio mediante trabajos centrados en los efectos visibles de las diferencias sociales, económicas, culturales y demográficas entre mujeres y hombres, sobre los espacios y las sociedades. Esta tesis doctoral se inscribe plenamente en los postulados de la Geografía del Género, que entiende que la investigación no se centra únicamente en las mujeres, sino que es un estudio para y con mujeres (McDowell, 1992). Nuestro interés no radica en exponer tan solo el papel de la mujer en el mundo de la prostitución, sino que queremos, al mismo tiempo, investigar y sacar a la luz la relación existente entre las divisiones de género y las divisiones espaciales, para descubrir cómo se constituyen mutuamente, y mostrar los problemas que se ocultan tras su aparente naturalidad.

Metro Revolución y Plaza Loreto en el barrio de La Merced son dos de los espacios que configuran el centro de la ciudad de México, dentro de la Delegación Cuauhtemoc, localizado el primero de ellos al Noroeste de la Ciudad y la segunda en el centro histórico de la misma. Dos espacios de escasa distancia, pero muy diferentes en el aspecto socioeconómico pudiendo destacar habitantes de muy diferentes características. En el primero de ellos predomina población joven y de mediana edad y con un estatus económico de rango medio, caracterizado por ser una zona de movilidad continua y donde el sector servicios es el predominante, destacando como zona comercial y de grandes empresas. Por el contrario, Plaza Loreto se caracteriza por ser un espacio con predominio de población adulta envejecida, de rango económico medio-bajo y bajo, y con una gran actividad comercial de escala media y familiar, con movilidad diaria y continua de personas de todos los rangos de edades. El antagonismo de los dos espacios se aprecia, al mismo tiempo al referirnos a la prostitución; destacando Metro Revolución como foco central de mujeres de edad adulta que se dedican al sexoservicio, aunque en algún caso sean visibles mujeres más jóvenes e incluso de menor edad, pero sin ser un espacio donde destaque el desarrollo de prostitución femenina adulta envejecida. Por el contrario, Plaza Loreto destaca por ser un espacio con predominio de mujeres adultas envejecidas o muy envejecidas, y de menores de edad, siendo inusual el sexoservicio de edad adulta.

Prostitución urbana "de calle": Dinámica espacial y control del território en la Ciudad de México

La prostitución, su entorno y sus consecuencias, representan un fenómeno muy complejo desde el punto de vista social. A lo largo de la historia han surgido continuas controversias que afectan a diferentes aspectos como la salud, seguridad pública, irritación social, abuso y corrupción, cuestiones familiares asociadas al abandono y discriminación, y otras relacionadas con el dominio del espacio. Todo esto se ha debido a la falta de políticas que ayuden a regular el ejercicio de la profesión, centrándose los estados en debatir más que en luchar por una ley universal que controle este tipo de problemas. El fenómeno de la

prostitución existe desde hace mucho tiempo no sólo en la Ciudad de México, hecho claro y detectable a la vista del mundo, sino en el mundo entero.

Considerado como uno de los oficios más antiguos del mundo, y en constante auge en esta ciudad, su conceptualización y abordaje han sufrido varias interpretaciones a lo largo de la historia: ligado a las guerras, a las invasiones, a la esclavitud y al sometimiento, y tal vez por ello, ligado a la historia de la humanidad. Sin embargo, es importante destacar que no en todas las épocas la visión del mismo ha tenido connotaciones negativas. En sus primeros tiempos estuvo ligado a la belleza, al poder de atracción y a la feminidad, entre otros. Cada año, miles de mujeres en el mundo, y en concreto en la Ciudad de México, son manipuladas, extorsionadas y perseguidas para ejercer la prostitución, aunque no hay que generalizar, puesto que otras tantas no lo son y deciden ejercer por voluntad propia. Este es un hecho que, aunque común, no deja de ser indiferente a los ojos del mundo. Pero todavía es más indiferente el hecho de que en esta ciudad tan densamente poblada y con un índice elevado de población femenina, se vea cómo aumenta el ejercicio de la prostitución año tras año, sin que cese de existir. Nos referimos a la prostitución en su acepción más amplia y no solo a la adulta, sino que incluimos la infantil y masculina, sin olvidar la transgénero, la gran desdeñada.

Un hecho que conviene destacar es la importancia que tiene, entre todas las mujeres prostitutas adultas, la búsqueda y el dominio del espacio, en un intento por forjar una identidad que les ha costado ganarse día tras día. Respondiendo a un impulso desenfrenado por ocupar la zona de trabajo y luchar continuamente por sus territorios, lugares designados por las mismas como propios, forjan durante toda su vida de actividad en la profesión el lugar llamado "mi punto". Este "punto", foco zonal del desarrollo diario de su trabajo, representa para ellas una parte de sus vidas, y lo marcan como muestra de poder, como punto inquebrantable y sin opción a trasvase, como zona de vigilancia ejercida por las mismas mujeres, como vivienda y representación de "su casa", como lugar donde la búsqueda de la seguridad profesional, vecinal, de dominación, incluso familiar les permite sentirse dueñas, durante toda su existencia, de su zona de trabajo, para pensar y hacerse con sus propias identidades. Es el punto de acción en el que poder desarrollar su actividad, y fundamentalmente, donde ejercer un dominio absoluto y un derecho sobre el territorio.

Es tal el volumen de mujeres que se dedica a la prostitución en la ciudad, que en los últimos años su radio de acción se ha ampliado a otras zonas, pero no por el cambio de espacio de estas mujeres "dueñas" de sus puntos, sino por el aumento de la Trata de Blancas, así como del proceso migratorio en las prostitutas que hace que el campo sufra un vacío poblacional en favor de la ciudad. Lo destacable en este sentido, es la relación que existe entre la migración y el aumento de la extorsión y la manipulación ejercidas por los lenones, proxenetas o padrotes (usaremos indistintamente los tres términos durante el texto para referirnos al individuo que explota a una mujer prostitua) o madrotas (las *madamas* en México, mujeres que regentan un prostíbulo), sobre las mujeres debido a su bajo nivel cultural. Son mujeres que, convencidas con falsos espejismos, inician un proceso migratorio hacia la ciudad capital, desde estados próximos o lejanos de todo el país, pensando en una mejora laboral. La consecuencia inmediata de todo esto es el ingente poblacional de mujeres que vagan sin rumbo por las calles de la ciudad, obligadas y anuladas en la mayor parte de los casos, buscando clientes con el fin de lucrar a terceros. Este es un tema arduo y costoso que está aumentando en la Ciudad de México desde finales del siglo XX hasta al actualidad.

La lucha de las mujeres prostitutas por la apropiación del espacio en la Ciudad de México, nos ayuda a entender la doble dimensión de la construcción de identidades espaciales, a partir de factores tanto objetivos como subjetivos, que se vinculan a lugares de experiencias concretas. Los lugares de prostitución son configurados a partir de una experiencia común: la laboral. A partir de ese primer condicionante objetivo, se construyen otros de índole subjetiva, como los relacionales, vinculados a la afectividad, solidaridad, reconocimiento, protección, etc.

Para Doreen Massey (1994), Harvey (1994) y Santos (1996), los lugares se definen por las relaciones socioespaciales que se entrecruzan entre ellos y les proporcionan su carácter distintivo y con identidad propia. Estas lecturas fundamentan nuestro estudio, que parte de la comprensión del hecho de que las mujeres prostitutas, en base a las relaciones existentes en su espacio laboral con diferentes agentes, entran en conflicto por la apropiación del espacio público y su dominio, al tiempo que construyen las bases para la formación de una nueva identidad, la cual ha sido anulada de forma violenta en su infancia.

Otro de los factores que inciden en que las mujeres se apropien del territorio laboral es su aislamiento socioespacial. Su peculiaridad se centra en delimitar perfectamente su zona de trabajo, pues su vida transcurre entre los estrechos límites del área donde ejercen la prostitución, de manera que lo que ocurra fuera de su entorno es visto por ellas mismas como algo ajeno y extraño, desconociendo los hechos que tienen lugar fuera de su radio de acción laboral y del resto de la vida ciudadana. Muchas veces este dominio de la propiedad se ve alterado por la intervención de las autoridades, dejando claro que no son dueñas del espacio y retirándolas del mismo. Sin embargo, en la mayoría de las zonas de tolerancia, dichas perturbaciones se quedan en redadas temporales, sin ir más lejos a nivel judicial. La prostitución en la Ciudad de México, así como en el resto del país, no está prohibida siempre y cuando se ejerza libremente, y no bajo el dominio o poder de alguien, que en este caso sería el o la juzgado por las autoridades con penas de cárcel. Desgraciadamente en este país, como en la mayoría de los países donde no existe una reglamentación clara, la manipulación, extorsión, obligación, proxenetismo, lenocinio o alcahuetería, entre otras, se pasan por alto. Esto lo convierte en un Estado donde el nivel de corrupción es altísimo y donde las autoridades, en muchos casos, miran hacia otro lado. Ya que la visibilidad del fenómeno de la prostitución es un hecho que carece de cifras reales y fidedignas, es importante conocer y reconocer su existencia en la Ciudad de México y en concreto, en las dos zonas en las que desarrollamos nuestro trabajo de campo, con énfasis en el análisis del consumidor del sexoservicio de calle.

Metodologia y técnicas de investigación

El enfoque teórico-metodológico de esta investigación se ha centrado en los relatos o testimonios de vida de las mujeres que se prostituyen en la Ciudad de México, independientemente de su edad, para poder comparar y centrarnos en la prostitución femenina adulta, que se dedica al ejercicio de esta actividad. Por otra parte, se utilizaron fuentes de carácter prospectivo, como las encuestas no sólo a las mujeres implicadas, sino también a los diferentes actores que intervienen en el ejercicio de manera directa o indirecta. En este caso nos centramos en encuestas a clientes, padrotes y madrotas, como parte activa de esta investigación, así como a la población de la calle, es decir, a la población en general, con el fin de intentar desgranar y visibilizar la opinión que tienen al respecto, así como la posible estigmatización que se desarrolla en sus mentes sobre la prostitución. Las encuestas fueron aplicadas a: 50 prostitutas, 16 proxenetas y madronas, 50 clientes y 100 encuestó a población en general.

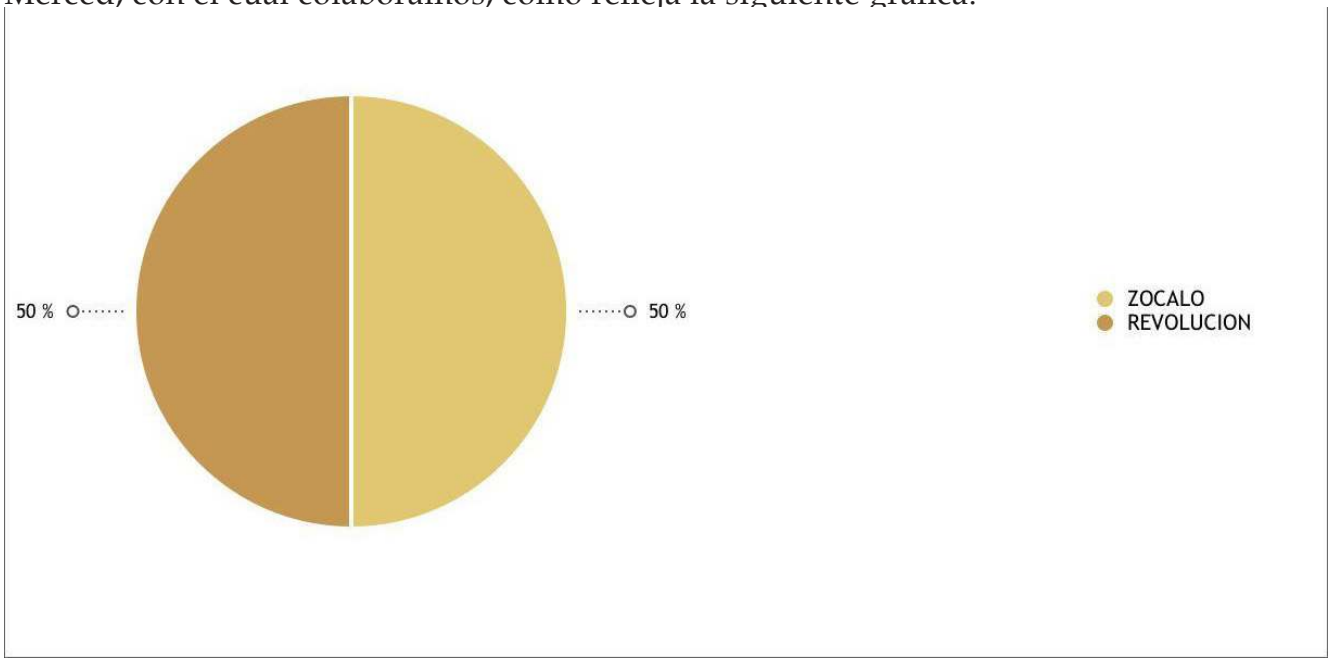
Para desarrollar la metodología de una manera más segura se han seguido unas premisas generales, entre las que destacan: a) Flexibilidad del cuestionario tanto poblacional, como el de la clientela, padrotes y madrotas, así como el de las mujeres; b) Flexibilidad a la hora de acudir tantas veces como fuese necesario, para recolectar datos de cara a la elaboración del trabajo de campo; c) Revisión de los datos con las personas implicadas, una vez analizados e interpretados y ; d) Trabajo de calle flexible donde poder contrastar los aspectos tratados en las entrevistas o encuestas realizadas, así como interrelacionar con las mujeres en los aspectos que pudiesen quedar en el aire.

El lugar donde se realizaron fue principalmente la calle, en la zona de trabajo, y entre pase y pase de un cliente a otro, pero también en restaurantes e incluso hostales dentro

de vehículos. Las encuestas fueron realizadas en diferentes espacios, dependiendo de la relación que hubiese entre los agentes prostitucionales y el espacio. Todas las encuestas se realizaron durante el mes de octubre del año 2000 y junio del año 2001, con una duración media de 20 minutos cada una.Realizamos también entrevistas de carácter semi-estructurado, en espacios privados: 2 de ellas en las habitaciones de los hostales donde viven las encuestadas; 1 en la habitación del hostal donde ejerce; 3 de ellas en casa de una colaboradora de esta investigación; 1 en el Centro de Asistencia Integral a Sexoservidoras (CAIS), de la Ciudad de México; 1 en una cafetería y 1 en un domicilio privado. Se realizaron un total de 9 entrevistas en profundidad durante los meses de marzo a junio del 2001, con una duración mínima de 01:13:38, a una duración máxima de 03:38:36, durante las primeras horas de la tarde, siempre en función de su horario laboral.

La realización de las encuestas es si cabe más importante por el esfuerzo que ha conllevado el poder acceder a estos sujetos, puesto que consideraban el hecho de ser preguntados como un robo de su intimidad. Debido a su sentimiento de falta de privacidad, nos resultó especialmente difícil poder aproximarnos a ellos, además de que creían estar perdiendo el tiempo en algo con lo que no contaban. En algún caso, los clientes se sintieron estigmatizados, de ahí que no accediesen a responder a las encuestas, como nos explicó alguna prostituta en base a su experiencia. Por ello, nos encontramos con cierta dificultad para poder acceder a los clientes como investigadoras, siendo palpable no solo para nosotras, sino para las mujeres que ejercían. Esta misma situación es explicada por Carla Corso en la investigación de Raquel Osborne (2004, p. 122). También, pensando en los clientes a quienes se penaliza con un fuerte estigma social precisamente en cuanto tales, en cuanto clientes de prostitutas. Por eso se niegan a ser entrevistados y se esconden. Debido a ello, para poder acceder a los hombres clientes, tuvimos que aproximamos primeramente a las mujeres que se prostituían, y las cuales les prestan servicios sexuales y, una vez establecido el contacto con ellas, tras muchas horas de trabajo de campo, facilitaron que muchos de sus clientes accediesen a poder ser encuestados. En este sentido, escogimos este medio preferiblemente, porque el acceso a una entrevista en profundidad por parte de los mismos resultaba inviable.

La mayor parte de las encuestas a las que nos referimos se realizaron en ámbitos cercanos a los lugares donde demandan los servicios de las mujeres, pero en algún caso también en hostales donde establecían la relación sexual, o en el CAIS, localizado en el Barrio de la Merced, con el cual colaboramos, como refleja la siguiente gráfica:



Gráfica 01: Lugar de la encuesta a los clientes de la prostitución de la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

El hecho de que algunos de los clientes acudiesen a realizar la encuesta al CAIS fue, en parte, gracias a la labor de convencimiento realizada por la prostituta con el mismo, así como a la existencia de un lugar donde pudieran sentirse seguros y con libertad de poder expresar sus experiencias. De las 50 encuestas realizadas, podemos confirmar que la mitad tuvieron lugar en el espacio de estudio situado en Metro Revolución, y la otra mitad en el Barrio de la Merced, concretamente en el Zócalo. Sin embargo, esto no significa que sean clientes de una u otra zona, puesto que no fue posible constatarlo debido a la privacidad y ocultismo de los mismos. Es por ello que analizaremos los datos de manera conjunta, sin que se pueda analizar si estos clientes acuden a una u otra zona. Sí es importante reflejar que, sin embargo, que tras realizar estas encuestas, una vez analizadas en profundidad las de las prostitutas, el perfil del cliente de un espacio y otro es totalmente diferente, aunque nuestro análisis sea general.

El sujeto oculto de la prostitución: El cliente

Dentro del panorama variado de la prostitución quizá sea el cliente el sujeto más difícil de analizar. De hecho, como mencionamos, la gran mayoría de las vezes este "dato" ha sido omitido, reflejo de la situación ejemplarmente definida en la expresión usada por Martilla (2003) de "hombres invisibles". La dificultad para el estudio de la prostitución desde la perspectiva del cliente reside, entre otras cuestiones, porque no existen datos ni estudios suficientes que nos permitan ofrecer un fiel reflejo de la realidad de quienes solicitan los servicios sexuales. A finales del siglo XX, Garrido Guzmán (1992), definía al cliente de la siguiente forma:

> el tercer soporte fundamental de la prostitución femenina […], dada la estructura actual de la prostitución, el cliente debe ser considerado y estudiado como uno de los soportes básicos de ese fenómeno, que a punto de comenzar un nuevo siglo, mantiene una de las formas más odiosas de esclavitud, la sexual (p. 116).

El cliente destaca por ser un protagonista importante del sexoservicio y por establecer y reproduzir el estado patriarcal de la sociedad. Este ve el sexoservicio como un mal necesario mediante el cual sus apetitos sexuales son satisfechos a cambio de dinero. El significad atribuido es el que considera el trato como un intercambio de igual a igual, aunque el cliente es consciente que, con frecuencia, el dinero va a parar al bolsillo del padrote o madrota (Butanda Bautista, 2006). El cliente, goza además de una corriente de invisibilidad que lo protege. Al igual que los proxenetas, se benefician de este hecho. Todo lo contrario de lo que les sucede a las mujeres prostitutas. Para González y Martínez (2002), no existe una construcción social específica pare el cliente :

> […] Ser cliente se entiende como una situación absolutamente transitoria, ocasional y contingente, pero no es un estatus. Es decir, no existe una categoría social instaurada en el discurso ideológico dominante, ni en las construcciones teóricas, para caracterizar al cliente (p.16).

Por todo esto parece más que justificado que en el análisis de la prostitución femenina en el espacio urbano, se procure entender el "fenómeno" del clientelismo o el/la "sujeto social" del/de la cliente. En este artículo, presentamos los resultados de la construcción y análisis del perfil y comportamiento social del cliente, con el fin de colocar un poco de luz sobre uno de los lados más ocultos del fenómeno prostitucional. Para ello, nos hemos centrado en el análisis de aspectos psicosociales de los clientes del sexo-servicio, lo que nos ha permitido entender la dinámica espacial del comercio sexual en Metro Revolución y Barrio de La Merced. Así, hemos podido percibir las similitudes que existen entre clientes y sexoservidoras, con una excepción importante: comprar sexo y/o el cuerpo de una mujer no está tan estigmatizado como lo es venderlo.

Partimos de la consideración de que las prostitutas son signo, símbolo e imagen fundamental del imaginario y de la intersubjetividad masculina. Ellas están presentes en la celebración de mitos que se recrean cotidianamente entre los varones. En este imaginario, las prostitutas representan la categoría de mujeres que hacen posible, por ejemplo, los ritos de iniciación sexual para los varones jóvenes, sin que dicha iniciación lastime o vulnere *la virginidad y decencia* requeridas a las mujeres que *están destinadas* a la unión marital y la maternidad.

El rito de iniciación para el varón es un festejo. Una celebración sexual donde, para Malem (1998): "el joven está obligado a dar pruebas de resistencia y virilidad" (p. 60). De esta aprobación nace el *hombre soltero*, quien cuenta con el consentimiento social de vivir activamente y con variedad, su sexualidad y erotismo. Con respecto al matrimonio, las prostitutas harán posible las fantasías sexuales que no tienen cabida en la unión marital, puesto que para el varón, el matrimonio no equivale a un permiso para vivir libremente su sexualidad, sino un compromiso con la descendencia familiar. Por lo tanto, el hombre verá su libertad restringida, sometida a los avatares de la vida doméstica y prescriptivamente monogámica. El hombre busca su libertad en espacios eminentemente masculinos, donde las mujeres son transformadas en un ser significante que se recrea en el lenguaje y cuyo carácter tangible solo toma forma a través de las mujeres públicas. Clandestinidad y complicidad son dos dimensiones del círculo masculino donde se construyen alternativas a la vida doméstica y la monogamia y donde se despliegan el erotismo y la sexualidad "prohibida". Por lo tanto, los clientes son los demandantes de servicios sexuales. Representan la figura menos estigmatizada, y el paso que dan hacia una sexualidad fuera de la norma es justificado por muchos autores como fruto de las características "naturales" de la sexualidad masculina, considerada como mucho más necesitada de satisfacción, de mayor frecuencia y mucho más promiscua. Además de que se estima que son capaces de diferenciar el sexo del amor, no así las mujeres, a no ser que sean "desviadas". Lo más destacable de la figura del cliente tiene que ver con el hecho de que, siendo este el soporte de la prostitución y por tanto del rufianismo y proxenetismo, se beneficia a cambio del anonimato, además de que no le afectan las sanciones administrativas y mucho menos las penales. Goza de inmunidad, no solo ante las autoridades, sino ante la misma sociedad.

Petherson (1996) constata los vínculos establecidos en diferentes estudios sobre desviaciones, consecuencias del abandono paterno y el abuso sexual, la frigidez, el lesbianismo o la hostilidad hacia los hombres. Por lo tanto, hablar de clientes es hablar de personas que acuden a los servicios de las prostitutas para cumplir con unas fantasías sexuales que no pueden o no osan realizar con sus parejas sentimentales. No solo buscan satisfacer un instinto sexual, sino realizar en un cuerpo extraño aquello que no podrían hacer en el de sus parejas. Por su parte, Ana Lopes (2006), refleja la importancia del sentir de la mujer prostituta frente a este tipo de clientes, cuando afirma que: "algunos profesionales del sexo se sienten privilegiados por ser los intermediarios de experiencias sexuales fuera de serie y por ayudar a muchas personas a encontrar su identidad sexual" (p. 38). *(traducido del portugués)*. Esto ocurre con el tipo de clientes casados o con pareja. No obstante, si nos centramos en aquellos que no tienen ningún tipo de relación estable, observamos que acuden a estos servicios porque les resulta difícil o imposible establecer relaciones con ninguna mujer por miedo a no saber seducir.

Como menciona Marcela Lagarde y de los Ríos (2011): "Los hombres van con las prostitutas a hacer lo que no se vale. Pero van con una prerrogativa: la carencia de responsabilidades emocionales, económicas, sociales y vitales" (p. 38). La autora establece, al mismo tiempo, una clara diferencia en cuanto a la responsabilidad sexual de los hombres que buscan estos servicios:

> A diferencia de la sexualidad positiva en que las relaciones eróticas generan para los hombres compromisos, pactos y nexos, derechos y obligaciones sociales con sus novias, esposas y amantes, por ser negativa, la sexualidad erótica con la prostituta no los genera (p.622)

Así, según López Precioso y Mestre i Mestre (2006), la idea extendida en torno a: "quien paga domina", sitúa al cliente en el ángulo del poder en relación con los actores sociales que intervienen en la prostitución, e independientemente de que esta idea pueda ser cuestionada, mantiene el orden patriarcal que refuerza la sumisión por parte del género masculino y la desigualdad de las mujeres:

> […] los mismos elementos que son para construir la deshonra de las prostitutas son los elementos para definir la "hombría" de un hombre; lo que define a un "hombre de verdad": ver a la mujer como objeto sexual; desear a las mujeres como elemento de satisfacción de sus propias necesidades sexuales diferenciándolo del amor y de las necesidades de las mujeres; pagar por un cuerpo demostrando su poder económico (p.45).

Discursos y tipologias entorno a la figura del cliente

En la bibliografía analizada se pueden apreciar diferentes discursos en torno a la figura del cliente. Así, un estudio de Kooy (1969, citado por Barra da Costa & Barata Alves, 2001), distingue tres tipos de clientes, en función de los motivos que pueden llevar a los mismos a recorrer al agente, la prostituta, en busca de: sexo impersonal sin desarrollo emocional; satisfacción de perversidades; mero divertimento; inseguridad en la conquista y; solidaridad. Las estableciendo tres tipologías: a) Los adolescentes, que buscan en la prostitución la mejora de su desempeño sexual; b) Los adultos, que buscan en las prostitutas una forma de divertimento, por sugerencias de amigos o para "satisfacer necesidades" y; c) Los perversos sexuales, donde se incluyen todos, entendiendo por perversión toda forma socialmente inaceptable de conducta sexual, tales como fetichismo, exhibicionismo, sadismo y masoquismo.

Esta clasificación de carácter más general concuerda, en cierta forma, con la de Gómez Suárez & Pérez Freire (2009), quien establece cuatro tipos de discurso en función de la modalidad de cliente: a) Tipología de discurso misógino: la que considera al cliente como causante del desprecio total por el ambiente femenino, como consecuencia de la pérdida por parte de estos hombres del monopolio de poder del que gozaban en exclusiva, adoptando el resentimiento y la agresividad contra las mujeres, en busca del dominio total sobre ellas. Este tipo de discurso argumenta al mismo tiempo, que todas las mujeres son unas putas, independientemente de que cobren o no; b) Tipología del discurso samaritano: defendida por clientes que perciben a las mujeres de manera dual, las buenas y las malas, existiendo ambos tipos dentro y fuera de la prostitución; c) Tipología del discurso mercantilista: en este caso destacan aquellos clientes que ven en la prostitución un negocio que obedece a la ley de la oferta y demanda, y que acuden a estos servicios como ocio y entretenimiento; d) Tipología del discurso crítico: considerado por las autoras como la tipología minoritaria, pues en ella los clientes reconocen la existencia de la desigualdad de géneros y las injusticias que sufren las mujeres en un entorno patriarcal y capitalista.

Ya, Meneses Falcón et. al (2003) menciona la tipología de Solana (2002) cuando hace referencia a los clientes, destacando los "objetualizadores" y "personalizadores". Los primeros serían aquellos que afrontan la relación con la prostituta de una manera despersonalizada, instrumentalizando a la persona y viendo en ella solo aquello que tiene que ver con la actividad para la cual se han solicitado los servicios. En este sentido, el cliente ve a la mujer como objeto sexual, como mero intercambio de sexo por dinero, sin establecer ningún tipo de vínculo más allá de lo sexual. Por otro lado, estarían los clientes "personalizadores" que, en palabras de las autoras: "son los que atienden o buscan más dimensiones en la persona con la que se están relacionando, se interesan por facetas más profundas que la mera morfología corporal de la persona que tienen delante" (2003, p.49).

En base a esta clasificación, las autoras hablan de tres tipos de clientes al considerar que se pueden establecer más matices importantes, desde el punto de vista de su comporta-

miento con las mujeres: a) Los clientes personalizadores, que corresponderían al tipo de cliente más amigable, que además de acudir a un servicio con la prostituta, ve en ella a una persona, entablando una relación más cercana. Son clientes respetuosos, en quienes la mujer encuentra un apoyo importante, e incluso en ciertos momentos una vía para el abandono de la actividad. Dentro de estos clientes se pueden distinguir desde aquellos que buscan mantener una relación de amistad, un lugar en el que poder confiarse a alguien, hasta el otro extremo, el cliente que se enamora de la prostituta y establece una relación de pareja. Aunque este tipo no es el más frecuente, sí se encuentran menciones al respecto, como señala Carla Corso en Raquel Osborne (2004): "[…] dentro del mundo de los clientes nacen grandes amores: muchísimas de nosotras se han casado o han terminado pasando el resto de su vida con un cliente[…]" (p. 130); b) Los clientes instrumentalizadores, hombres que buscan una relación sexual como meros consumidores de un tipo de servicio, es decir, una relación comercial pactada. La mujer ofrece un producto, su cuerpo, que es demandado por el varón, sin ir más allá. Son clientes con unas características socioeconómicas muy diversas; c) Por último, los agresores " […] personas que pretenden de aprovecharse de las circunstancias de debilidad de la mujer que realiza la prostitución. Sus actuaciones van en un continuo desde la humillación, el desprecio o el impago de las prácticas sexuales realizadas hasta la agresión, violación o asesinato". (MENESES FALCÓN, 2003, p.140). La importancia de este último tipo lleva a actuaciones por parte de los clientes bajo los efectos del alcohol o de las drogas. Bebidos o drogados acuden a demandar sus servicios, o pretenden pagar el servicio en especie, es decir, con drogas. El cliente considera que tiene derecho a realizar en la mujer lo que se le antoje por el hecho de pagar por la realización de servicios sexuales, sin límite en el tipo de prácticas, ni en el tiempo, creyendo que puede humillarla y maltratarla de forma vejatoria.

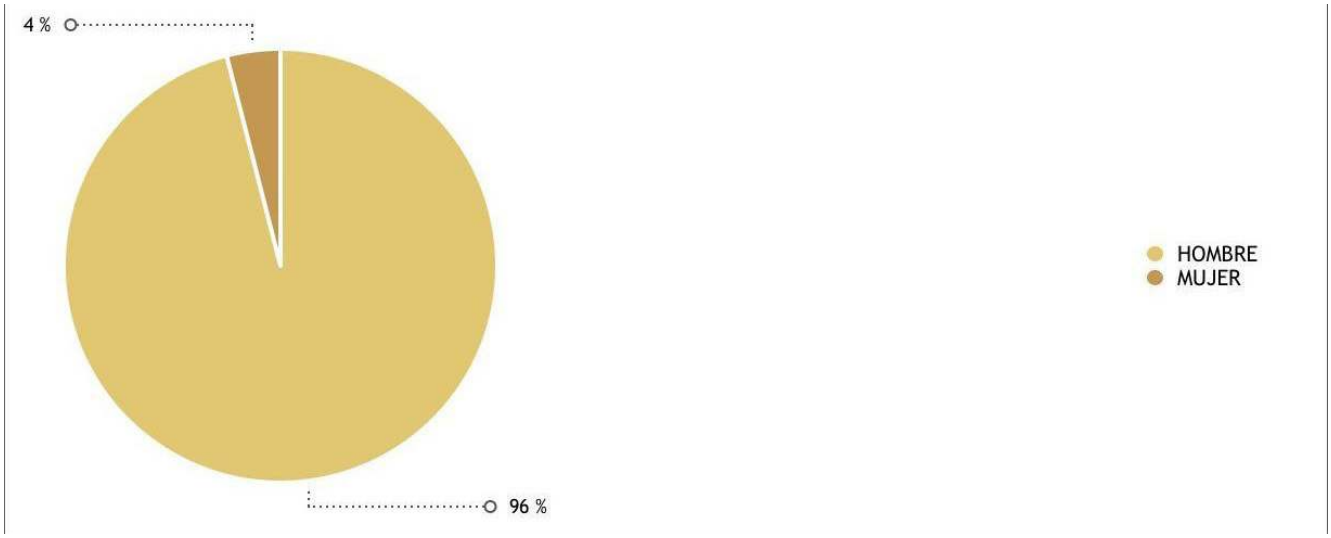
A pesar de que en los últimos años los estudios sobre prostitución hacen referencia a la figura del cliente, aún queda mucho por investigar, de ahí nuestro interés por poder compartir la experiencia que como investigadoras hemos adquirido, aunque limitada en la forma no en el contenido, que puede ser de gran validez a la hora de reflejar la realidad. Por ello, podemos añadir que la tipología del cliente de la prostitución es muy diversa, como lo son las motivaciones de todo acto humano, tanto más si este tiene que ver con algo tan profundamente arraigado como es el sexo.

El cliente del Metro Revolución y de la Plaza Loreto en el barrio de La Merced, en la Ciudad de México

A partir del análisis de las respuestas a los cuestionarios realizados a 50 hombres consumidores, clientes, podemos describir las estrategias centrales en torno al fenómeno del consumo de la prostitución.Un aspecto importante del cliente es el estatus socioeconómico al que pertenece. Sin embargo, en nuestra opinión, resulta imposible enmarcarlo en un nivel determinado, pues la prostitución se da de diferentes formas, desde la más marginal, prostitución callejera, hasta la más sofisticada en salones de masajes, cabarets, etc. Así, los clientes optan por aquella forma que más le satisface de acuerdo a las posibilidades económicas que tienen.

a) Perfil socio-demográfico

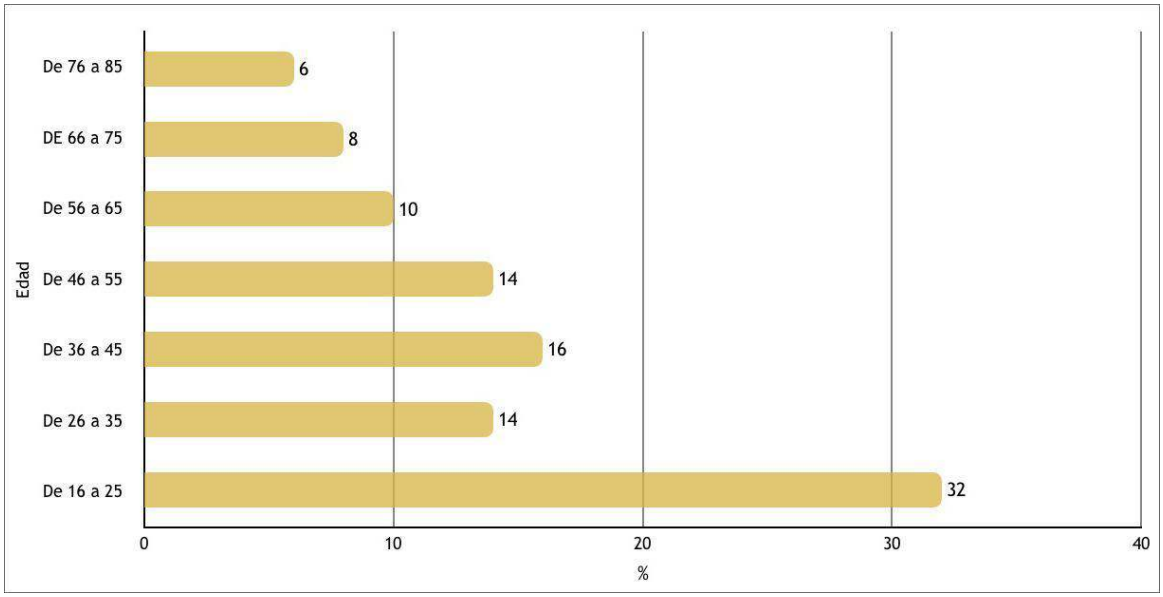
De los clientes encuestados, una característica que cabe destacar es la de su género, ocupando casi la totalidad de las respuestas el sexo masculino, como refleja la siguiente gráfica:



Gráfica 02: Sexo del cliente de la prostitución de la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

Este dato resulta significativo debido al 4% de clientela femenina. Fue posible acceder a esta clientela femenina en base al reclamo ejercido por parte de las prostitutas que encuestamos, puesto que de otro modo hubiera sido imposible recibir esta información. Aunque no podemos hacer una valoración del lugar al que acuden estas clientas, sí es posible indicar que las encuestas fueron realizadas en metro Revolución y que en el momento de la misma demandaban un servicio sexual, lo que permite confirmar, en este caso, que esta zona tiene una perfil más heterogéneo en lo que concierne el tipo de clientela, en oposición al perfil tradicional del Barrio de la Merced.

Es bien sabido por los numerosos estudios que conciernen al tema en concreto, y como ya señalamos anteriormente, que hay diferentes tipos de clientes en función, por un lado, del tipo de servicios demandados y, por otro lado, del perfil socioeconómico de los mismos. Por su parte, Ribeiro et al., (2005, pp. 410-418) distinguen entre el cliente sexualmente indigente, el cliente sexualmente expansivo y el cliente emocionalmente implicado. Por otra parte, Gómez Suárez y Pérez Freire (2009, pp. 87-117) establecen tipologías de clientes en función de los diferentes discursos: misógino, samaritano, mercantilista y crítico. Por ello, las dos zonas de trabajo responden a perfiles de clientes diferentes, los cuales comentaremos a continuación, centrándonos en cada uno de los territorios. En el siguiente gráfico se representan las edades de los clientes y clientas que acuden a estos servicios y que varían en mayor o menor medida:

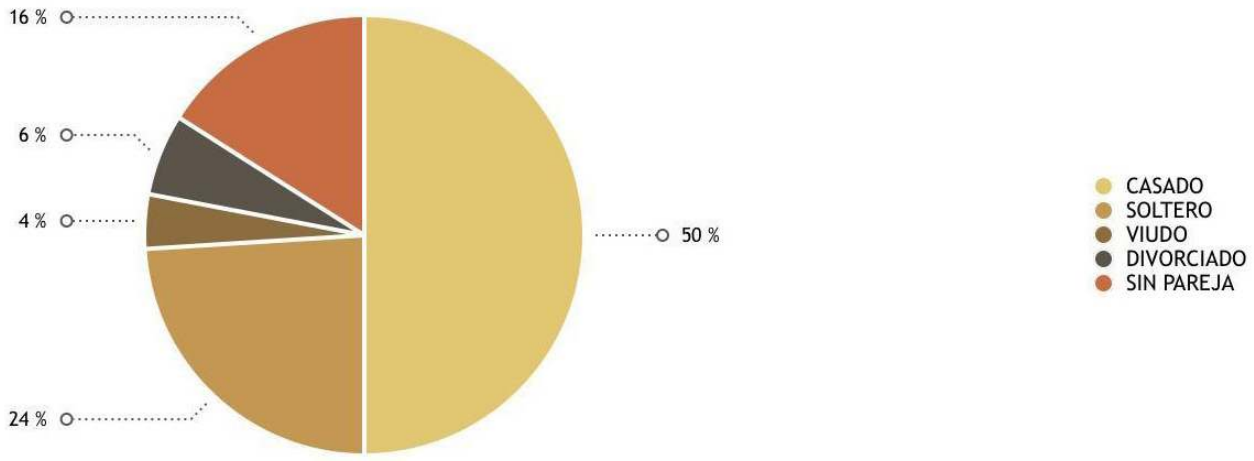


Gráfica 03: Clientes de la prostitución por grupos de edad en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

Podemos destacar que de las 50 encuestas realizadas a estos sujetos activos, más de la mitad de los representados tienen edades comprendidas entre los 16 y 25 años, lo cual resulta significativo debido al rango tan elevado de clientela joven que busca, fundamentalmente, una salida o escape sexual en su día a día, como nos explicaron durante el desarrollo de las preguntas en cuestión. Si por el contrario hacemos referencia a las dos clientas que mencionamos anteriormente, las edades de las mismas son de 25 y 33 años, dentro del rango de adultos, y demandan estos servicios para tener nuevas experiencias o con fines sexuales, según nos pudieron confirmar. Pero si algo destaca en el mismo, debido a su avanzada edad, es en el otro extremo de edades, la clientela comprendida entre 76 y 85 años.Un dato muy significativo de este comentario es que muchas de las mujeres que ejercen la prostitución tienen más de 65 años, como ya se ha explicado en capítulos anteriores, y muchas de ellas tienen clientela fija desde hace años. Ahí es donde destaca este porcentaje, que incluye a 6 de los 50 encuestados.

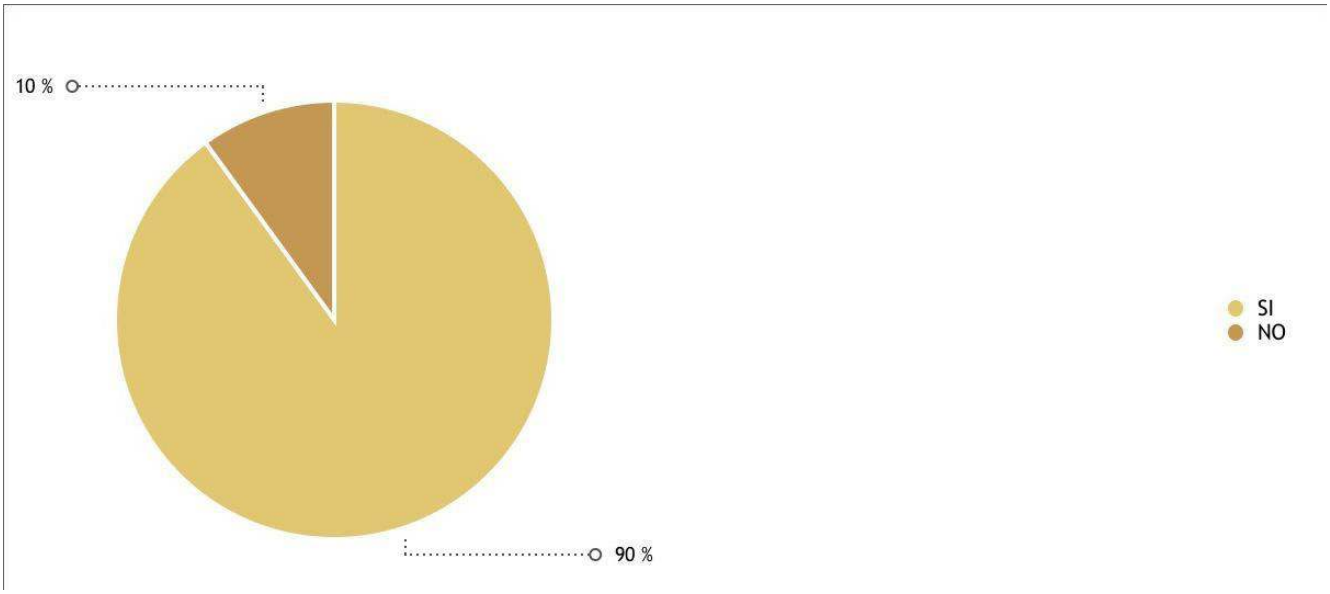
Una vez analizados estos datos, hemos podido constatar que los clientes considerados ancianos, acuden principalmente a estos servicios por el cariño adquirido durante años hacia las mujeres prostitutas, y que en prácticamente ningún caso tiene un sentido sexual, sino más bien afectivo y emocional. Así lo han corroborado igualmente las mujeres prostitutas, no solamente en las encuestas realizadas, sino a través de las entrevistas en profundidad, donde pudimos comprobar de viva voz como ellas mismas nos expresen esa necesidad de cariño hacia alguno de sus clientes, tras años de contacto con los mismos y que, en algún caso, solamente acuden a ellas por esta razón.

La importancia de la edad se puede relacionar a su vez con el estado civil, claramente marcado en el ámbito prostitucional, debido a la gran cantidad de clientela ocupada, como refleja la siguiente gráfica:



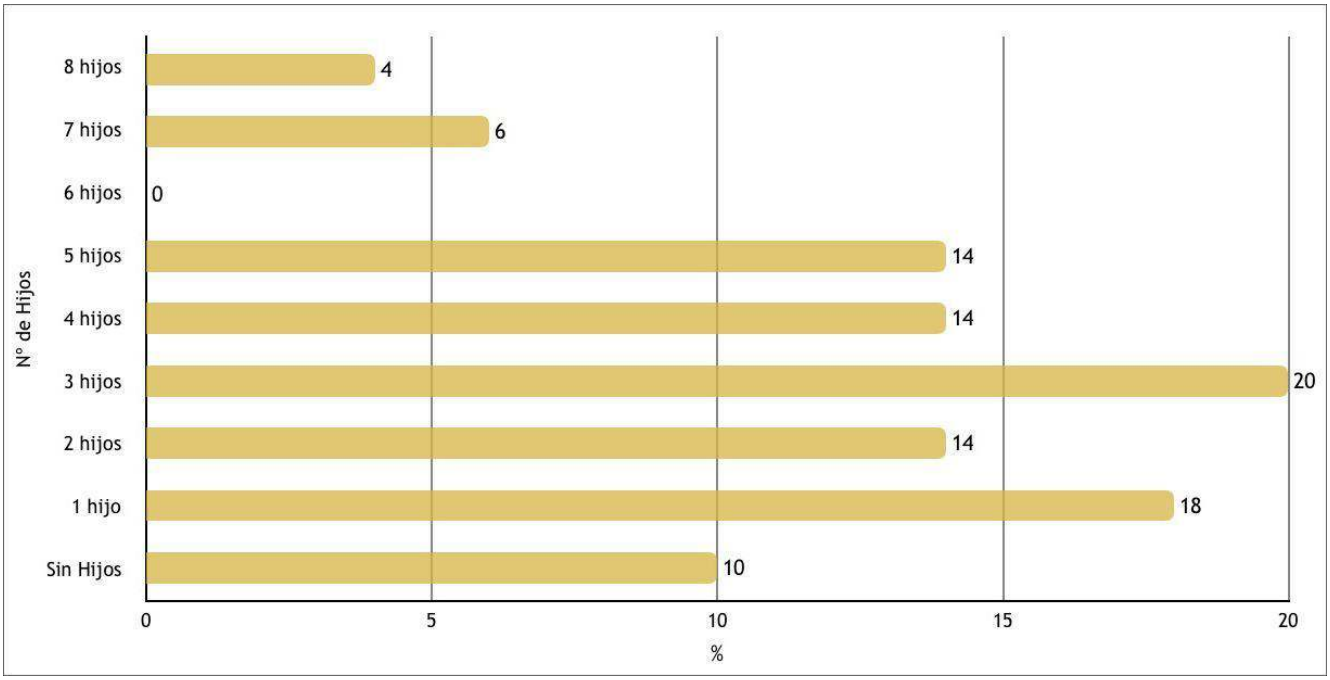
Gráfica 04: Estado civil de los clientes de la prostitución en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

En ella se representa un dato relevante en cuanto a cantidad de clientela casada que demanda servicios sexuales, donde 25 de los 50 encuestados se incluyen dentro de esta categoría.Cuando se realizaron las entrevistas personales a las mujeres prostitutas, absolutamente todas indicaron que la mayor parte de sus clientes estaban casados o comprometidos, sin por ello dejar de darles importancia a los jóvenes solteros, destacando que estos últimos acudían cada vez más a sus servicios. Las respuestas de estas mujeres a la pregunta de por qué creen que acuden los hombres casados a ellas, siempre confirman que es porque buscan nuevas experiencias, aquellas que sus parejas formales no les proporcionan, y que con ellas el trámite es puramente comercial, sin ningún tipo de compromiso, solamente el del intercambio sexual y la mera transacción económica. Casados y con hijos es lo más relevante en este tipo de clientela de ambas zonas, como lo reflejan las siguientes gráficas:



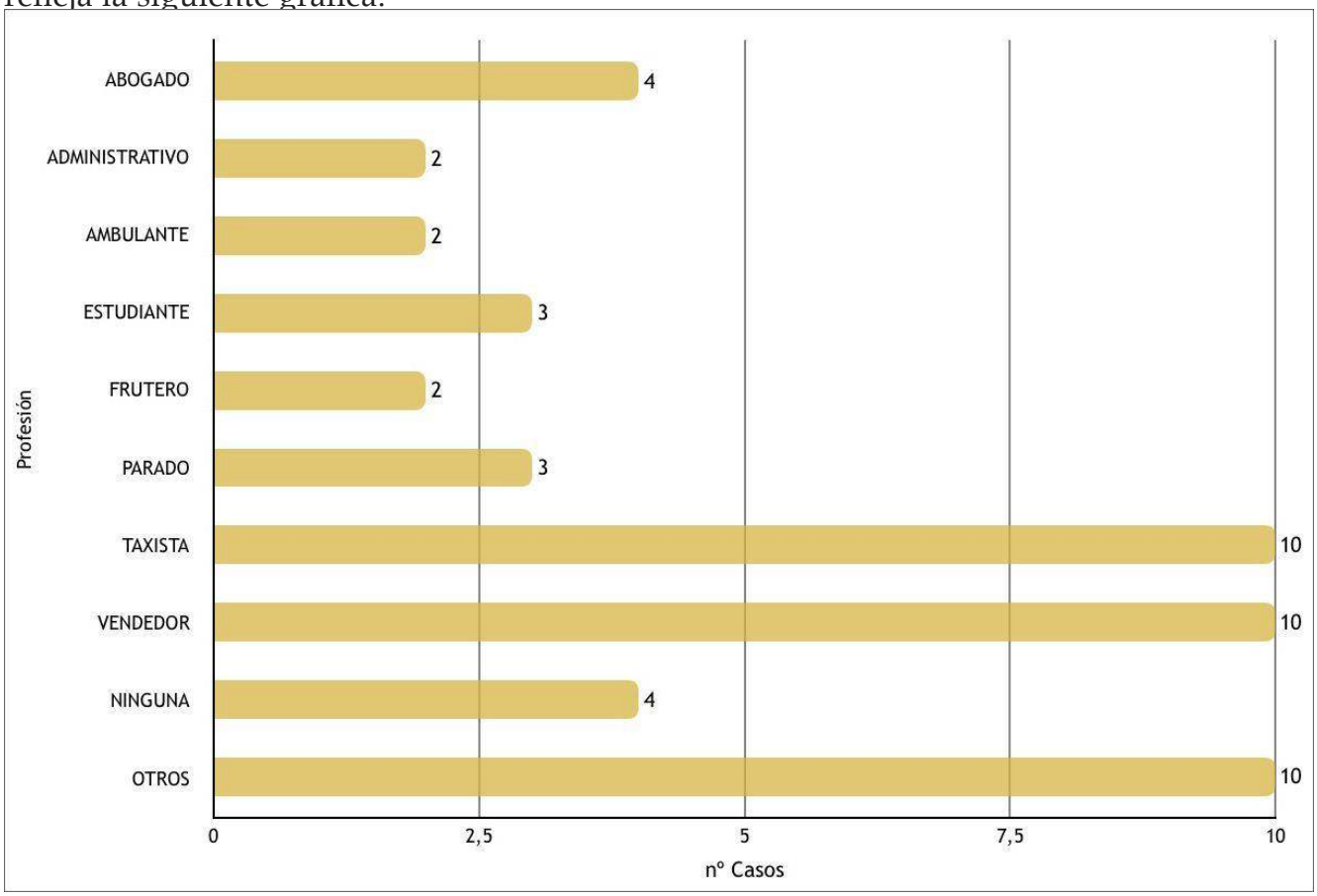
Gráfica 05: Clientes de la prostitución en la Ciudad de México con hijos
Fuente: Elaboración propia

Un 90% de los encuestados confirma tener descendencia, lo cual tiene relación con el tipo de sociedad que estamos investigando. Una sociedad patriarcal tradicional, donde el peso masculino rige todo el sistema familiar de la misma, y en la que la mujer, considerada siempre como mera consecuencia del hombre, es formada y manipulada por un sistema familiar cuya identidad está marcada por el papel de la madre. Hablamos, por lo tanto, de una sociedad en la cual la mujer nace para procrear, y aunque en los últimos años y tras la lucha por la independencia femenina se esté consiguiendo que tome sus decisiones, y sea partícipe en su forma de vida, el camino todavía es largo y queda mucho por recorrer. En los niveles más bajos de la sociedad, allí donde las mujeres son más vulnerables por su escasa cultura y formación, el predominio de la descendencia es todavía una evidencia. Es importante relacionar este hecho con el perfil socioprofesional de los clientes. Como se ha explicado anteriormente, en su mayoría provienen de estatus bajos, están casados y tienen descendencia:



Gráfica 06: Número de hijos de los clientes de la prostitución de la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

Tal y como muestra la gráfica precedente, de los 50 encuestados 20 tienen 3 hijos, perteneciendo a familias numerosas, al igual que los 28 hombres con 4 y 5 hijos. Pero si la sociedad o el sistema imperante obliga a tener descendencia de una u otra forma, esta gráfica también deja entrever que 10 de los 50 no tienen, y no es posible relacionar esta cuestión con los clientes más jóvenes, sino con la manera en que estos se rebelan a favor de su derecho a poder elegir, a no dejarse llevar por una sociedad marcada por el predominio parental. Si hacemos referencia a lo observado en primera persona, visualmente por un lado, y en base a lo expresado por las propias mujeres prostitutas, por otro lado, durante el trabajo de campo realizado día tras día en las dos zonas de estudio, podemos constatar que el cliente que acude al Barrio de La Merced es, por lo general, de clase media baja y baja. Entre ellos figuran obreros, estudiantes, comerciantes de la zona. Pero, paradójicamente, también hay muchos clientes de alto nivel educativo, profesional y económico. Por su parte, en la zona de Metro Revolución encontramos igualmente todo tipo profesionales, pero destacan más los de estatus económico más alto, lo que permite confirmar que mucha de la clientela que acude tiene titulación académica de nivel medio. Ahora bien, si nos basamos en los datos reales expresados a través de las encuestas, el tipo de clientela que destaca, a nivel general en ambas zonas, es fundamentalmente de clase media baja y baja, como refleja la siguiente gráfica:

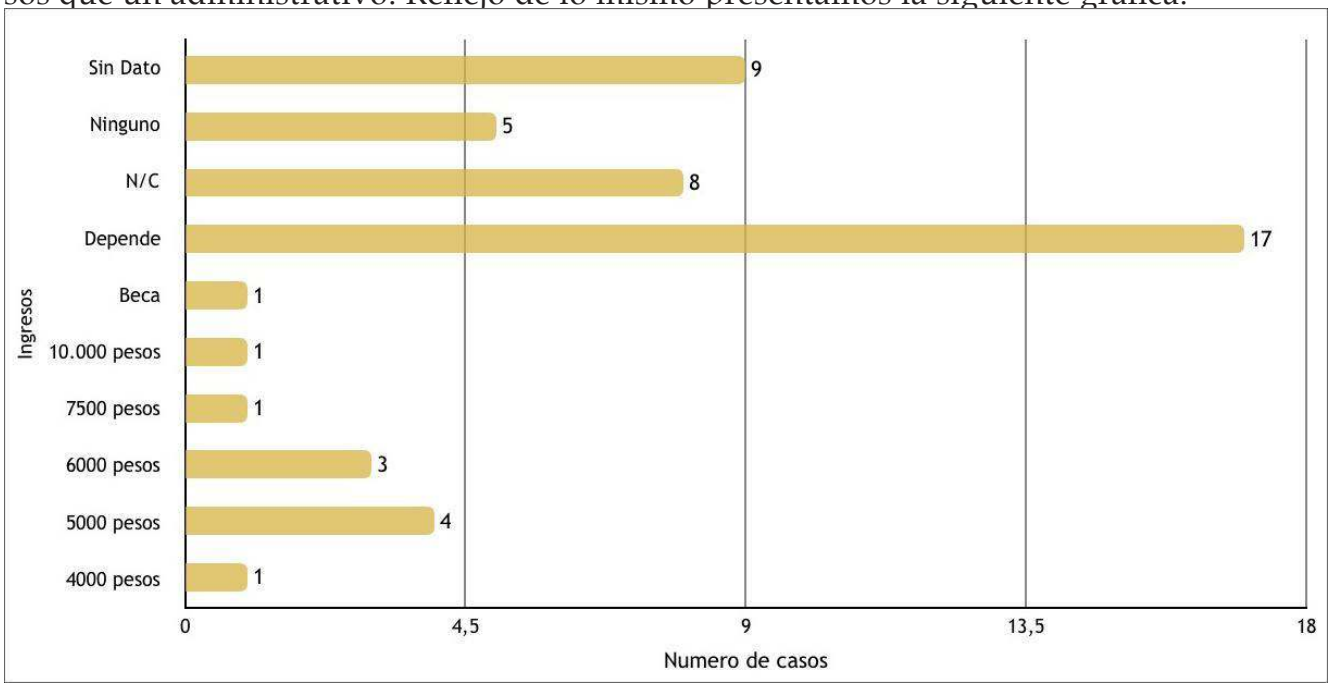


Gráfica 07: Profesión de los clientes que acuden a la prostitución en la Ciudad de México (encuesta 2000-2001)
Fuente: Elaboración propia

A través de la misma reflejamos el predominio de clientela que se dedica al negocio del taxi (10 de ellos), así como a la venta ambulante principalmente (otros 10). Esto nos lleva a poder confirmar el nivel socioeconómico de los mismos. Otro aspecto que podemos destacar de estos datos son los 4 clientes que se dedican a la abogacía, de los cuales 3 están casados y 1 divorciado. Cuando se le preguntó a las mujeres por este tipo de clientes, dado el dato significativo, nos confirmaron en sus respuestas que los más preparados suelen ser los que acuden a las mujeres que cobran más, debido a su poder adquisitivo, puesto que tienen la posibilidad de escoger a las mejores mujeres desde el punto de vista físico y sexual, según nos comentan, además de ser los clientes que están más tiempo con ellas, en unos

pases que suelen durar horas o incluso la noche entera, fundamentalmente por la misma razón. Debido a esta razón nos ha parecido importante formularles la pregunta acerca de sus ingresos mensuales, con el fin de recabar datos reales, puesto que, en muchos casos aun cuando están desempeñando una profesión de nivel bajo, sus ingresos no son bajos. Esto es porque en México encontramos casos de clientes que siendo vendedores ambulantes, reciben más ingresos que los abogados de los que hablamos anteriormente.

Del mismo modo, resulta imposible relacionar el nivel cultural con los ingresos obtenidos, de manera que se constata que taxistas con niveles culturales bajos reciben más ingresos que un administrativo. Reflejo de lo mismo presentamos la siguiente gráfica:

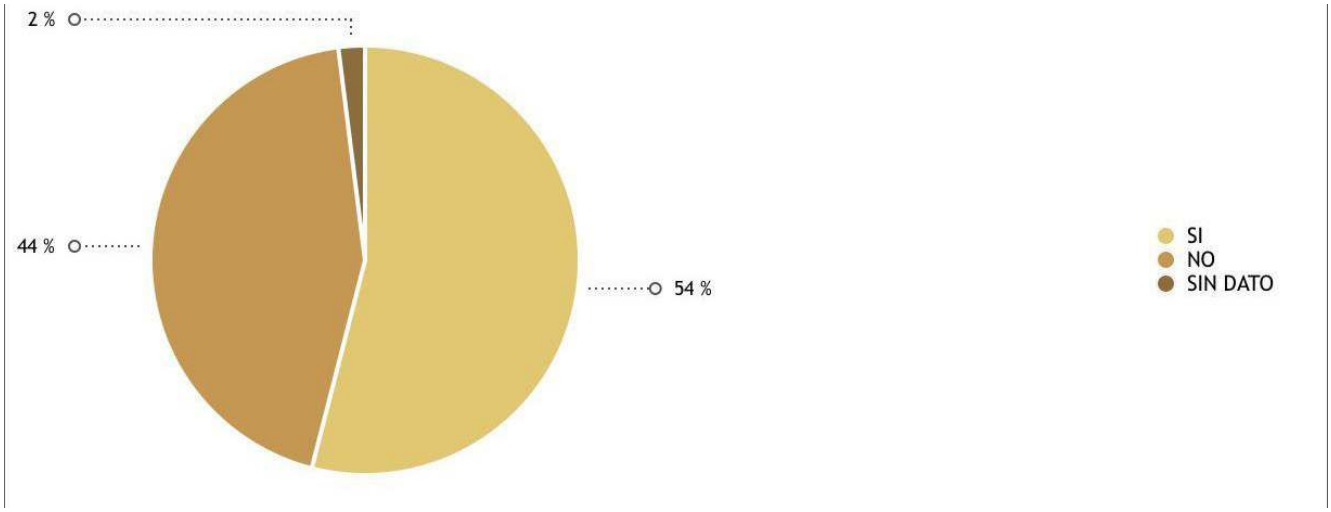


Gráfica 08: Ingresos de los clientes que acuden a la prostitución en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

El número de casos más elevado está representado por la categoría de "depende", con 17 de los 50 encuestados. Esto refleja que debido a la inestabilidad de la profesión que desempeñan, nunca pueden asegurar cuáles serán sus ingresos fijos. Esta cifra hace referencia, fundamentalmente, a los clientes taxistas, vendedores ambulantes y camareros. Los que sí confirman sus ingresos, 9 de los 50, reciben mensualmente entre 5 000 y 10 000 pesos. De hecho, son el tipo de clientes más perseguidos y por los que se enfrentan entre sí las sexoservidoras, quienes cuidan a sus clientes preferidos. Este tipo de clientes tiende a pagar muy generosamente, en ocasiones, las llevan a comer o a divertirse a otros lugares fuera de la zona, o bien les hacen regalos no solo ellas, sino a sus hijos o a sus hermanas, ya no como clientes, sino como amigos.

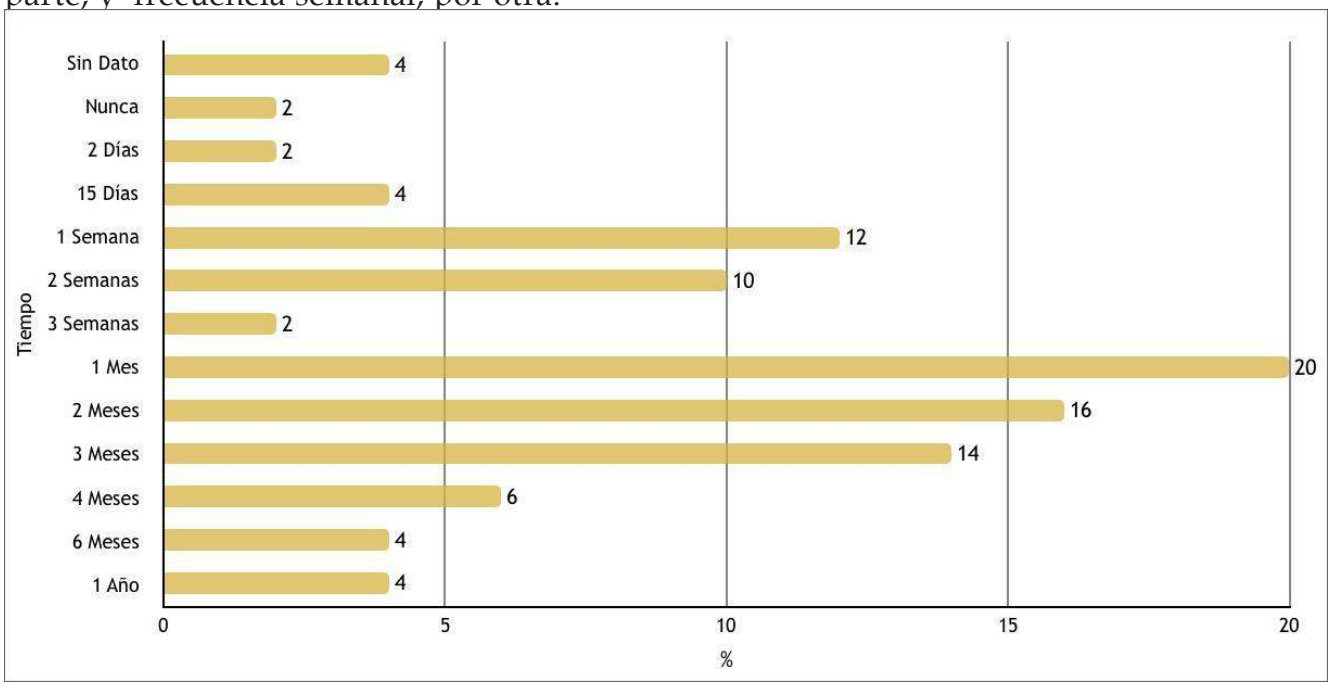
b) La relación con la prostitución

El nivel de ingresos influye en la frecuencia con la que acuden a estos servicios sexuales, destacando entre los encuestados lo siguiente:



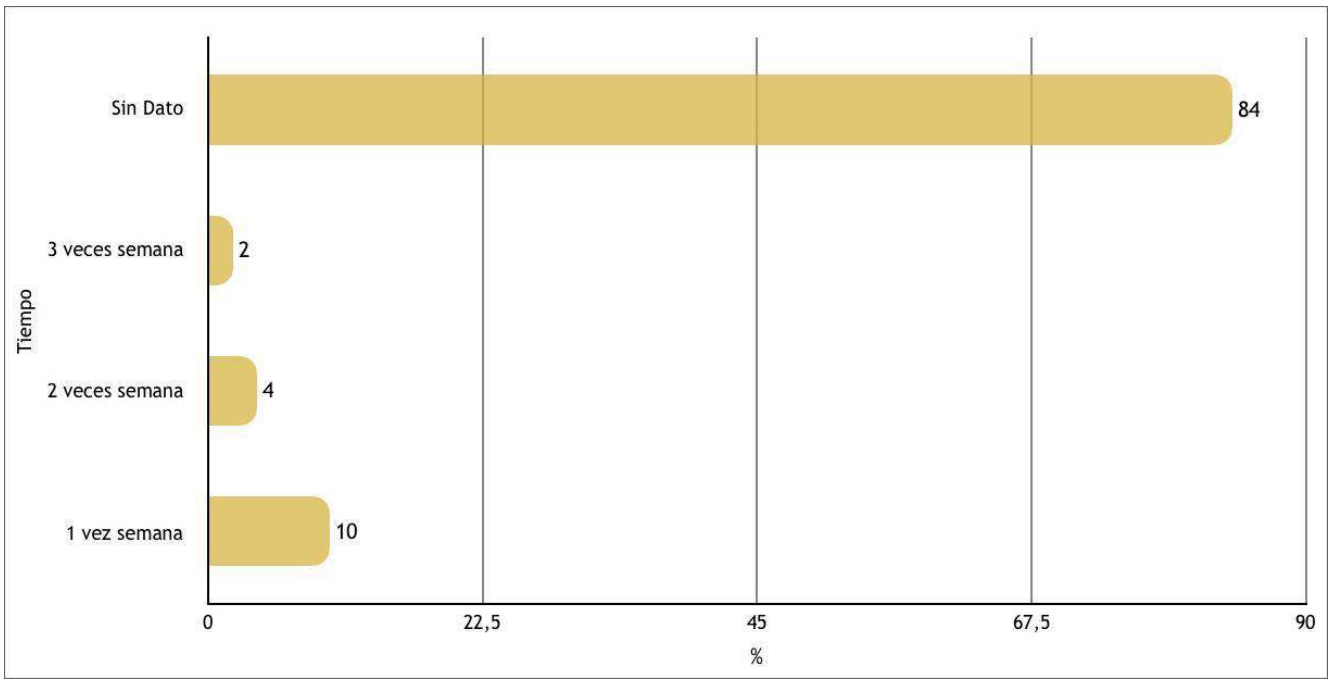
Gráfica 09: Cliente habitual de la prostitución en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

Un 54% reconoce ser un cliente habitual, mientras que un 44% dice no serlo. Quizá sea importante comentar, en referencia a este dato, que podemos confirmar que no es del todo real pues, una vez realizadas las encuestas a estos, acudimos a muchas de las mujeres que los tienen como clientes, y nos indicaron que los que habían respondido que no eran habituales, acudían en ocasiones más de dos veces por semana. Conviene indicar lo que representan individualmente los términos "habitual" o "frecuente". Para ello creímos necesario realizar una pregunta acerca de la frecuencia con la que acuden, obteniendo todo tipo de respuestas. Reflejo de ello son las dos gráficas siguientes: frecuencia en un año, por una parte, y frecuencia semanal, por otra.



Gráfica 10: Frecuencia de asistencia del cliente de la prostitución en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

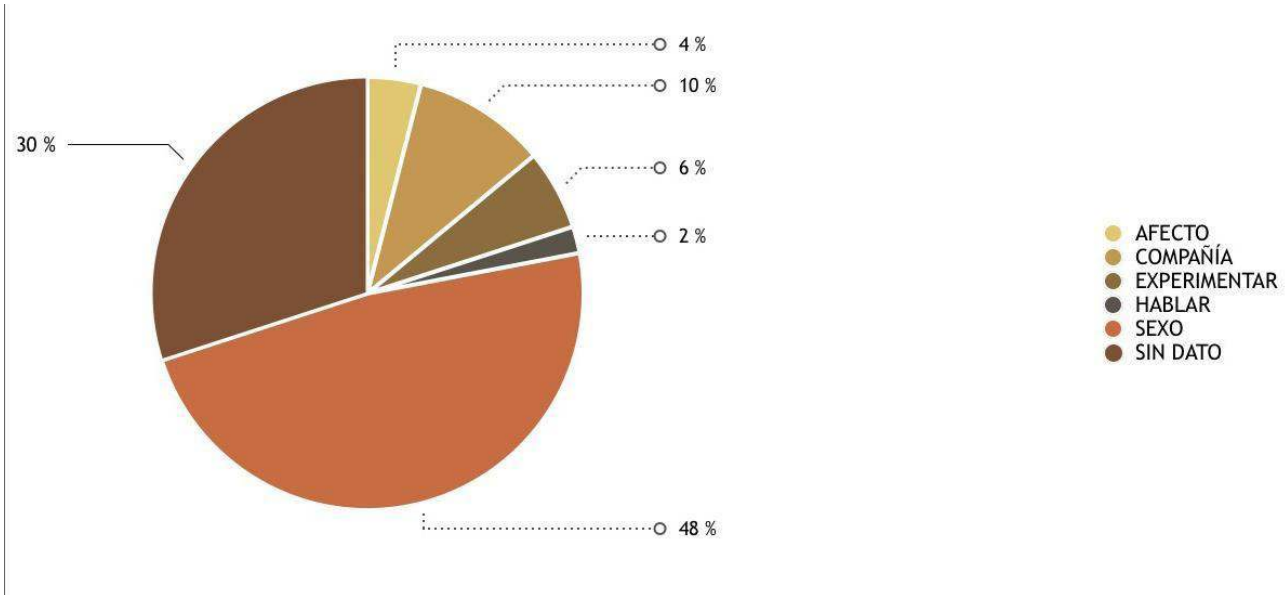
Si nos basamos en las respuestas de estos sujetos, podemos decir que más de un tercio de los encuestados reconoce acudir una vez al mes, 16 respondieron que cada dos meses y 14 cada tres meses. Sin embargo, encontramos un grupo de 12 sujetos que respondió acudir una vez a la semana y otros 10 cada dos semanas. Con este dato semanal es con el que nos quedamos, para poder establecer la frecuencia semanal y comprobar, de este modo, la veracidad de los hechos. No obstante, la respuesta que obtuvimos no era la de esperar al no contestar el 84% de los encuestados, como refleja el gráfico siguiente:



Gráfica 11: Frecuencia semanal del cliente de la prostitución en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

Esta pregunta quizá haya sido de las más difíciles de formular, debido a la negatividad en el momento de reconocer la frecuencia de asistencia a estos servicios. Para los clientes y clientas, el derecho a la privacidad es fundamental, y aunque se trate de sujetos activos dentro del fenómeno prostitucional y apenas estigmatizados, el hecho de enfrentarse a la realidad a través de la expresión de sus vivencias provoca que se sientan como señalados. Además, motivados por una doble vida en la mayor parte de los casos, sienten que esa privacidad se les arranca, por lo que llegan a mentir en las respuestas. En el caso de esta investigación pudimos confirmar que este 84% que no contestó acude con asiduidad en busca de estas mujeres, pero el miedo a ser descubierto por su círculo de acción, sus familiares, amigos, etc., le hace manipular las respuestas o simplemente a no contestarlas.

En cuanto al motivo por el que acuden a estos servicios, obtenemos la siguiente gráfica, donde se observa que un alto porcentaje de los 50 encuestados no respondió. A pesar de ello, se puede destacar, fundamentalmente, al 48% que dice demandar sexualmente a estas mujeres. Si analizamos los numerosos estudios que se han elaborado al respecto, prácticamente la totalidad hace referencia a los clientes que buscan este tipo de servicios con único fin sexual. Sin embargo, tenemos que reconocer que en este estudio, y debido a la cantidad de prostitutas de edad avanzada objeto del mismo, muchos de los clientes acuden por otros motivos además de este. Un reflejo de ello es el 10% que se incluye dentro de la categoría de "compañía".

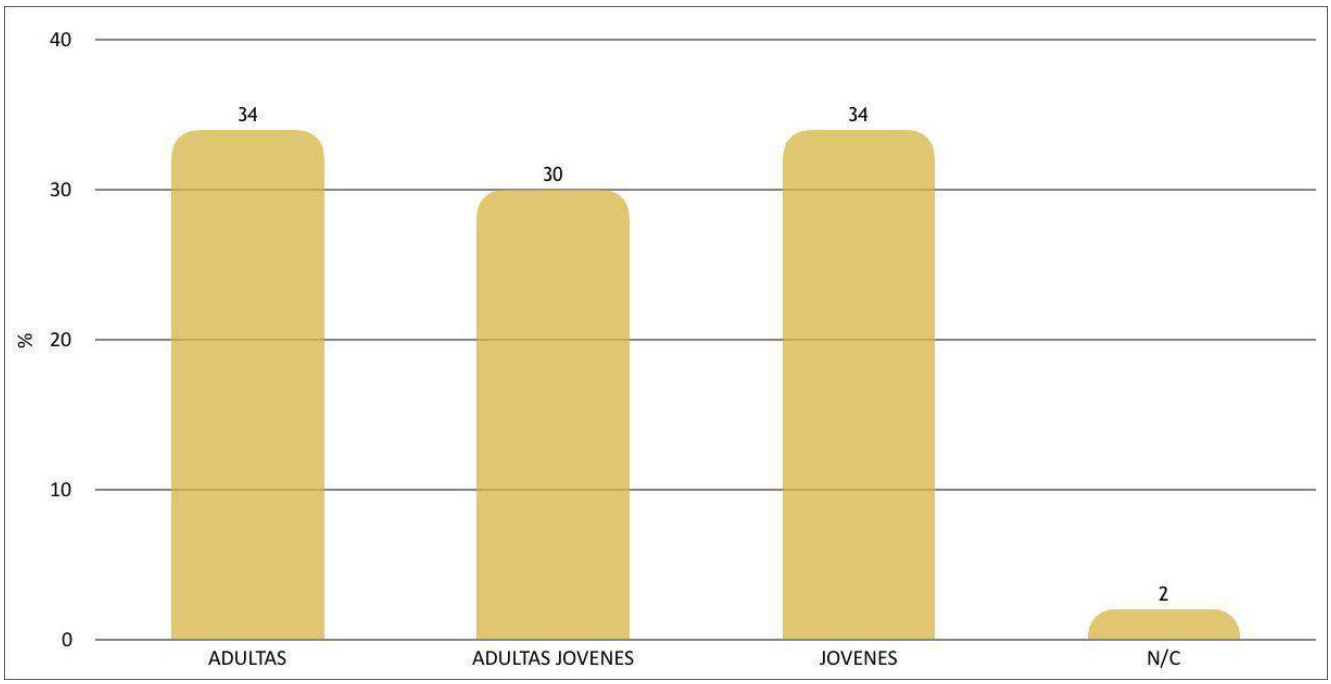


Gráfica 11: Tipo de demanda del cliente de la prostitución en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

Una vez analizados estos datos, pudimos comprobar que los que habían respondido a este dato eran clientes de más de 65 años, es decir, los clientes considerados por las mujeres como "clientes de toda la vida", y que en sus primeros años buscaban satisfacer un fin sexual, aunque en estos momentos, y debido a la complicidad y la confianza cliente-prostituta, pretenden atender una necesidad más bien de acompañamiento, para evitar la soledad. Este dato se puede relacionar, a su vez, con las categorías de "afecto" y "hablar", porque el cliente que busca compañía, lo que realmente necesita es afecto y charla. Por este motivo podríamos afirmar que un 16% del total acude por esta razón. En alguna entrevista personal de las mujeres de más avanzada edad, se puede escuchar cómo dicen tener clientes que acuden solo para hablar. Así, se observa la correlación existente entre las respuestas de los clientes y los testimonios de las entrevistadas.

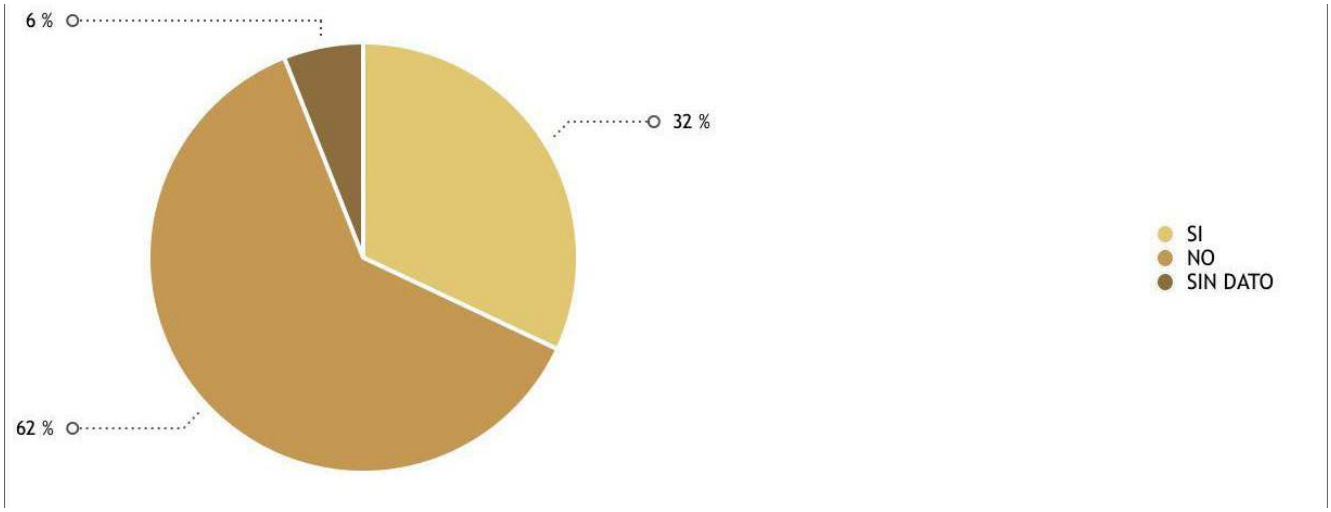
En lo que respecta al servicio que demandan, en esta categoría entrarían en juego varios factores, entre los que destacarían el tipo de trabajadora que solicitan, el tipo de servicio, la relación con la trabajadora, el lugar donde tiene lugar el ejercicio de la actividad, así como lo que se paga por esta. Todos estos datos están en cierto modo relacionados con los anteriores, puesto que el perfil personal del cliente tiene mucho que ver con el tipo de mujer que solicita, así como con la cantidad de dinero que ofrece por el servicio.

Con respecto al tipo de trabajadora a la que acuden, mostramos los datos recabados en la siguiente gráfica. En este caso hay que tener en cuenta que si la preferencia es hacia las prostitutas jóvenes, la demanda va a ser de tipo sexual, mientras que si la preferencia es hacia la mujer adulta, estaremos hablando de la parte afectiva, del acompañamiento



Gráfica 12: Tipo de trabajadora sexual demandada por el cliente en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

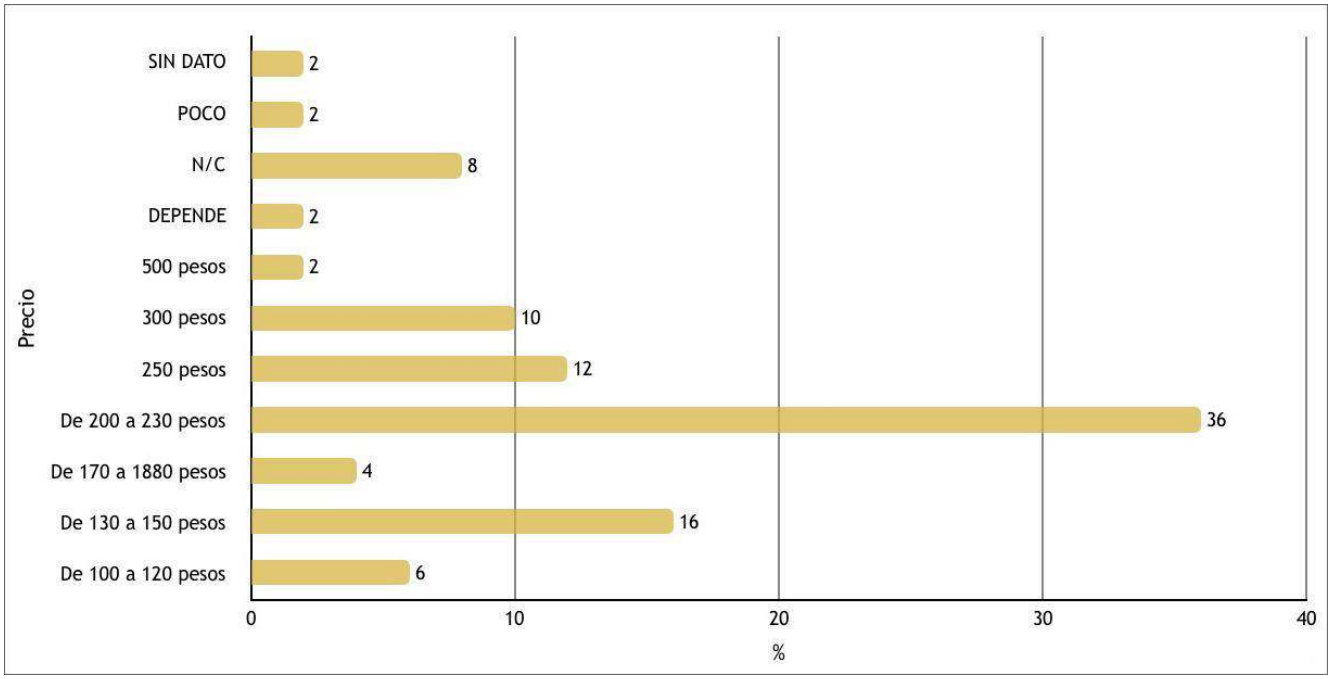
Los datos obtenidos en relación con el tipo de mujer prostituta demandado son equitativos, con un 34% tanto para los que solicitan adultas, como jóvenes. Es importante hacer hincapié en el hecho de que las adultas a las que nos referimos superan los 45 años, mientras que las jóvenes no reconocen ser menores de 18 años, yendo de 18 a 25 años y de 25 a 45 años en el caso de las adultas jóvenes. Un dato significativo es el de la demanda de mujeres adultas, en base al dato expresado anteriormente sobre la cantidad de sexoservidoras mayores de 65 años en ejercicio en la Ciudad de México, y más concretamente en una de las zonas de estudio, el Barrio de la Merced. Este dato se relaciona, con el estatus económico del cliente, puesto que al tener ingresos bajos, acude a este tipo de mujeres que ofrecen su cuerpo de manera no solo sexual sino afectiva y por poco dinero. Una de las preguntas que formulamos tiene relación con el amor que pueden sentir por las mujeres. Los resultados de las respuestas a esta pregunta muestran que hay casos donde se pueden dar relaciones a otro nivel, en los cuales el contacto con la prostituta vaya mucho más allá de una relación sexual, entrando en juego el intercambio de información personal entre ambos sujetos. Muchos de estos clientes les dan a las mujeres que les interesan sus números de contacto, y viceversa, como suele suceder en el caso de clientes habituales, con un contacto diario, semanal o mensual permanente.La siguiente gráfica es el reflejo de estos resultados:



Gráfica 13: Existencia de amor por parte del cliente que acude a la prostitución en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

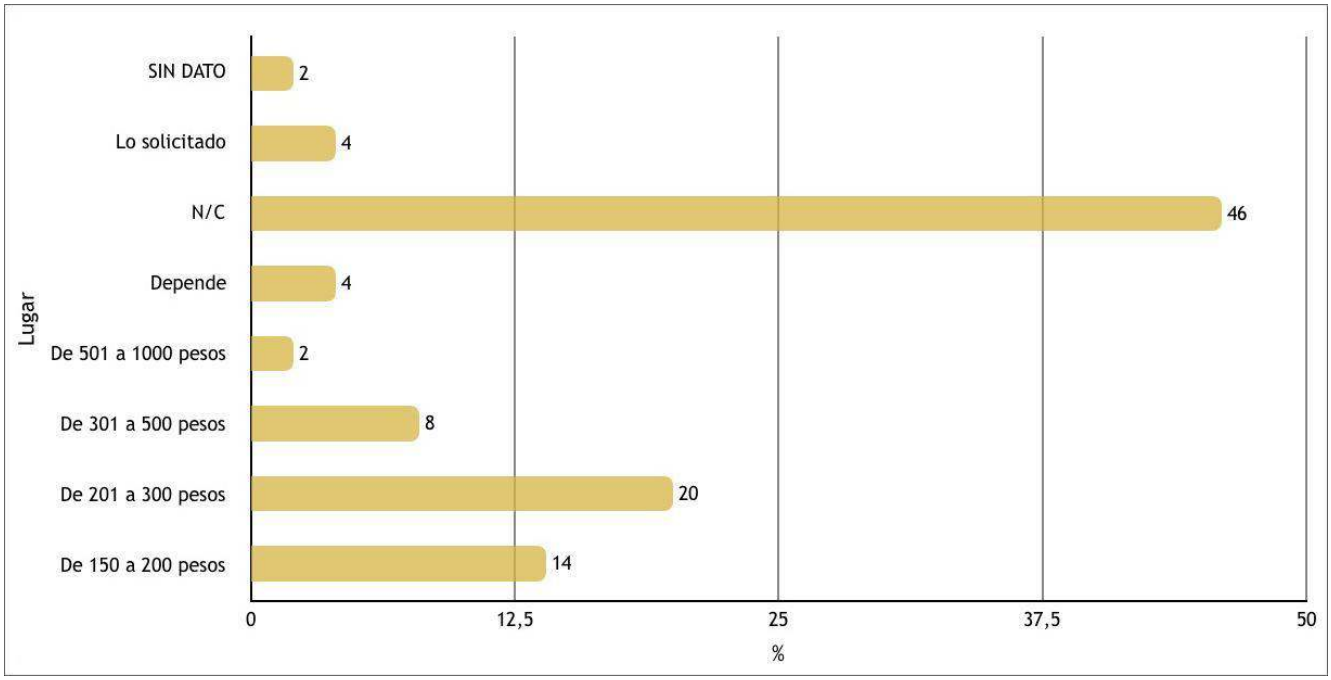
El dato que representa a los clientes que sí que se enamoraron de alguna mujer prostituta es significativo, con un 32%, lo que nos lleva a confirmar este porcentaje tan elevado no solo ha sentido un deseo sexual o carnal por una de las mujeres, sino que ha ido más allá en el terreno sentimental y de afectividad. Una vez realizadas las encuestas, dos de los clientes a los que se había preguntado, confesaron haber convivido durante años con mujeres que habían conocido en la prostitución, llegando incluso a tener hijos con ellas. Esta relación que más allá del afecto que se puede sentir por una de las mujeres no solo tiene como parte principal al cliente, sino que la propia mujer puede enamorarse de alguno de ellos y emprender una relación sentimental, como se pudo comprobar tanto en las entrevistas personales, como en algunas de las encuestas realizadas a las mismas. Por lo tanto, esta relación profesional en ciertos casos puede derivar en una relación sentimental. Así, el cliente, con el fin de convencer a la mujer para que abandone el mundo de la prostitución y mantener una relación con ella, le paga todos los gastos propios de la vida diaria, como alquiler, manutención o cuidado personal. Muchas veces esta relación por parte del cliente se puede convertir en enfermiza, al no ser correspondido por la sexoservidora al estar sujeta al dominio de un padrote o madrota. En muchos otros casos, el cliente odia al padrote y le recrimina la influencia emocional y física a la que está sometida la sexoservidora. Sí es importante decir que, en estos casos, son muy pocas las mujeres que acceden a dejar su vida por ellos, aunque hemos llegado a conocer a alguna mujer que se enamoró de un cliente, y este finalmente accedió a que siguiese en la prostitución. En este sentido, pretendemos incidir en el hecho de que hay clientes que llegan a enamorarse de las mujeres a las que acuden o a cogerles cariño, ayudándolas en todos los sentidos, fundamentalmente en el económico. Muchos de ellos, buscan establecer con ellas una relación sentimental, pero será infructuosa fundamentalmente por parte de las mujeres, que consideran esta posibilidad como algo inalcanzable, pues su imagen retorna al momento en que se conocieron y eso, en boca de ellas, es inviable para poder llevar una relación más allá de lo profesional. A fin de cuentas, para ellas es una manera de defenderse emocionalmente y de conservar su independencia con respecto a quien no consideran nada más que cliente, aun cuando pueda gozar de con ciertos privilegios. No es difícil que establezcan otro tipo de relación, lo difícil es que los dos olviden donde se conocieron.

Ante la pregunta de cuánto pagan por servicio, podemos incluir a los clientes con ingresos por debajo de 5 000 pesos mensuales, que acuden a estos servicios por pases de 100 hasta 300 pesos como máximo. La siguiente gráfica refleja que de las 50 encuestas realizadas, 36 no pagan más de 230 pesos por servicio, coincidiendo la mayor parte de estos con clientes encuestados en el Barrio de la Merced, y que en el momento de la misma, reconocían acudir en busca de uno de estos servicios.



Gráfica 14: Coste del servicio demandado por el cliente que acude a la prostitución en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

Por el contrario, los clientes que pagan más de 300 pesos, suelen dirigirse más bien a la zona de Metro Revolución, dato que refleja que las mujeres más cotizadas se encuentran en esta zona.Otro dato que marca la diferencia con respecto al servicio, es lo que estarían dispuestos a pagar por un servicio, y reflejo de ello obtenemos la siguiente gráfica:

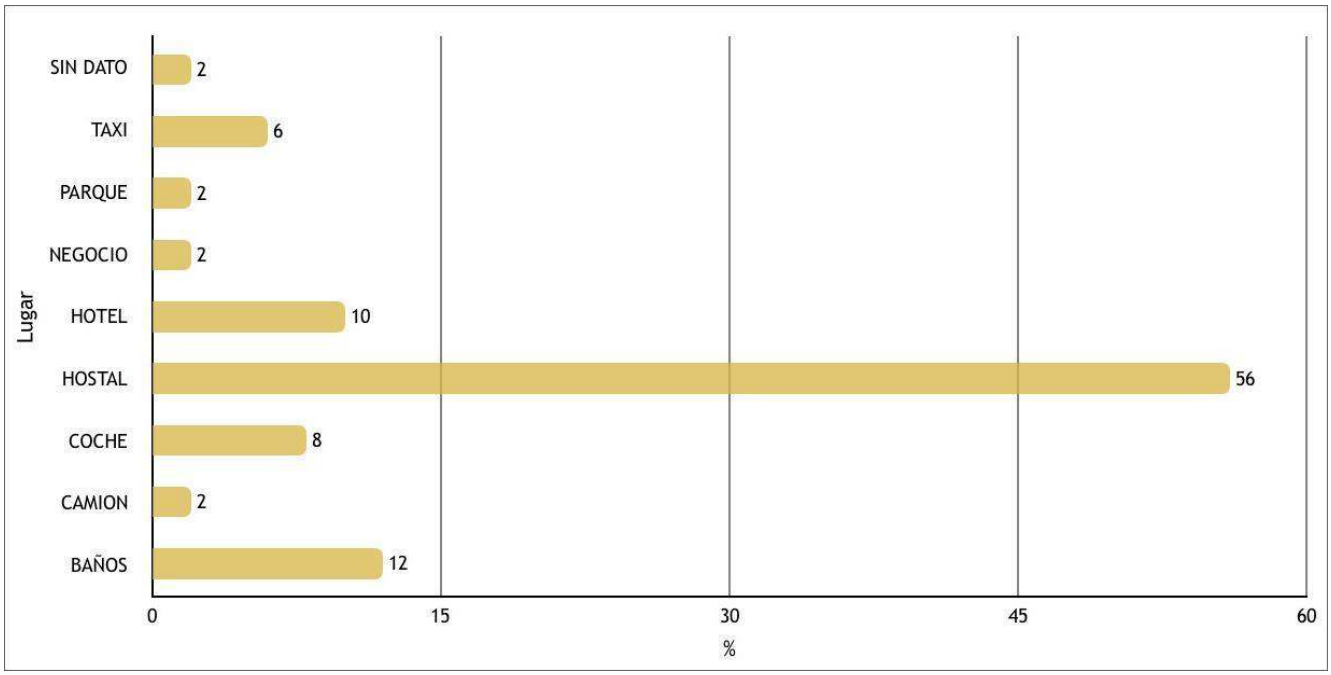


Gráfica 15: Cantidad máxima que paga el cliente que acude a la prostitución en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

La variación con respecto a lo que pagan no es significativa, pues el rango de 200-300 pesos sería lo que llegaría a pagar la mayoría, un 20%, de los que han respondido, pues un alto porcentaje no contesta a esta pregunta. Normalmente, los clientes son reacios a responder a este tipo de preguntas debido a que consideran dichos datos como parte de su privacidad. Esta cuestión se relaciona con una de las preguntas anteriores sobre el puesto laboral que desempeñan, donde podemos apreciar que un alto porcentaje se engloba den-

tro de las profesiones de clase media o media baja, por lo que en ningún caso se prestan a decir que pagan más de lo que consideran justo en base a su profesión.

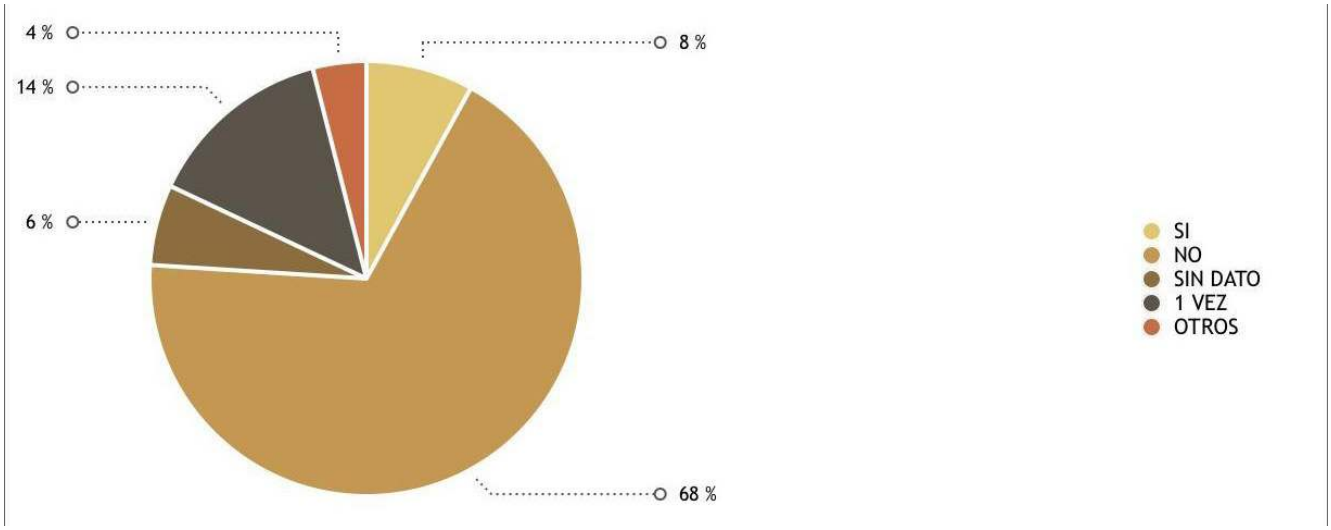
En lo que respecta al lugar donde tiene lugar el servicio, obtenemos la siguiente gráfica del vaciado de encuestas:



Gráfica 16: Lugar del contacto sexual cliente-prostituta en la Ciudad de México
Fuente: Elaboración propia

A través del mismo, podemos percibir que más de la mitad de los clientes de ambas zonas, un 56%, acude a realizar el servicio demandado a los hostales de la zona, aunque en este dato es importante reflejar los datos obtenidos en el trabajo de calle que realizamos, lo que permite establecer una clara diferencia entre ambas zonas. Se observa, igualmente, que en la zona de Metro Revolución hay un mayor número de clientes que van a hoteles que en el Barrio de la Merced, debido, fundamentalmente, a que el precio de los hoteles es más elevado que el de los hostales y en esta zona el cliente posee un estatus económico un poco más elevado. Por el contrario, el Barrio de la Merced, debido a su condición social, representa a un barrio con construcciones más antiguas y sin las condiciones higiénicas favorables, por lo que en esta zona no se dan hoteles de lujo y predominan los hostales de media o baja categoría, cuyas condiciones de salubridad no son las deseadas. Sobresalen en esta zona los hostales Valencia y Niza, lugares donde se han realizado muchas de las entrevistas personales en profundidad. Este dato entronca con el estatus económico del cliente, así como con lo que está dispuesto a pagar por el servicio de una mujer. El cliente del Barrio de la Merced no suele ser exigente con las condiciones que presentan los lugares donde se desarrolla el servicio, ni tan siquiera busca un lugar seguro o privado, mientras que los clientes de Metro Revolución, por su parte, sí le dan prioridad a ello.

Es conocida, aunque no reconocida por las mujeres, la intolerancia y agresividad que muestran con algunos clientes mientras que, por el contrario, son sumisas con sus padrotes. Esta es una de las incógnitas del cliente, ya que no es capaz de comprender cómo algunas sexoservidoras pueden ser agresivas y ofensivas con ellos, mientras que con los padrotes se muestran cariñosas y sumisas, a pesar de los maltratos y vejaciones a los que se ven sometidas. Por ello vimos la necesidad de preguntar si en algún momento habían vivido episodios de violencia con alguna de las mujeres, a lo cual respondieron lo que se muestra a continuación:

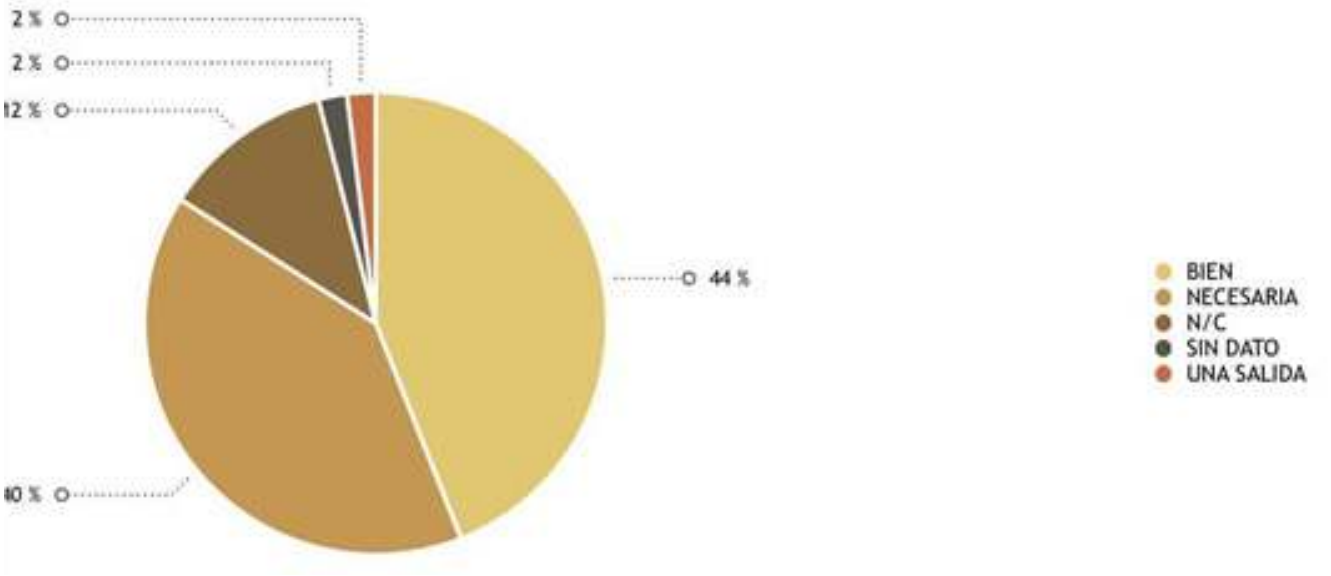


Gráfica 17: Violencia en el cliente que acude a la prostitución en la Ciudad de México (encuesta 2000-2001)
Fuente: Elaboración propia

El 68% reconoce no haber ejercido ni recibido ningún tipo de violencia. No obstante, no se puede dejar de tener en cuenta el hecho de que la posibilidad de reconocerlo se les plantea difícil, puesto que podrían ser señalados de por vida. Pero el 24% que reconoce haber sufrido episodios de violencia sí es significativo. Todos estos sujetos insistieron, siempre después de la encuesta, que la culpa había sido de las mujeres, por no cumplir, en la mayor parte de los casos, con el servicio acordado. Pero si algo hay que apuntar, es el 2% de violencia mutua, lo que nos lleva a entender que no solo el hombre, o mujer cliente, es el causante de esos malos tratos, sino que la mujer prostituta también acomete actos violentos. Las mujeres prostitutas reconocen igualmente la existencia de estos actos, expresando que la causa de ellos se debe a la falta de contrato con los clientes. Cuando esto sucede, en gran parte es porque no cumplen con lo acordado previamente y, en algún otro caso, porque no reciben el pago, con la excusa de no haber efectuado el servicio deseado. En otras situaciones esta violencia, a veces desmedida, es provocada por los efectos de los estupefacientes que las vuelven violentas y sin control. Conviene recordar los episodios de violencia que expresan en el desarrollo del trabajo de campo con algunas de las mujeres, donde se puede apreciar la reciprocidad que venimos de comentar. Es el caso de Jenifer (nombre ficticio), sexoservidora de Metro Revolución:

> "[…] allí me empezó a golpear, primero con la mano, y seguido con un bate de béisbol que tenía guardado, primero me dio en la cabeza y luego en las costillas…" (28 de marzo del 2001 en Metro Revolución- CDMX)

Finalmente, la opinión que los clientes tienen al respecto de la prostitución adulta y las medidas que adoptarían al respecto, está presente los siguientes datos:



Gráfica 18: Opinión del cliente que acude a la prostitución en la Ciudad de México, en relación a la misma
Fuente: Elaboración propia

De los 50 encuestados, el 40% cree que la prostitución es "necesaria", sin considerarla un mal necesario, sino que considera que es fundamental para la sociedad. Un 44% responde "bien", por lo tanto de ello se puede desprender que un 84% cree que debe de existir, pensando que gracias a la misma los deseos sexuales estarían cubiertos. La mayor parte de los sujetos incluidos en este porcentaje considera que sus relaciones matrimoniales o de pareja son monótonas, por lo que acuden a estos servicios con el afán de romper con dicha monotonía. Opinan que sus parejas no les ofrecen los servicios que les aporta una mujer prostituta, con la ventaja de no tener ninguna obligación o compromiso para con ella, solo el mero contacto carnal. Así pues, consideran que no la erradicarían. Un 12% no contesta, lo que deja entrever que no la paliarían de ninguna de las formas, pero que nunca lo reconocerían por estar aceptando algo que consideran prohibido.

Una vez analizados todos los datos de los clientes y clientas encuestados, es importante comentar que la mayor parte de los mismos, tanto de una zona como de la otra, busca satisfacer sus necesidades sexuales sin pretender ir más allá. Su intención es la del deseo, satisfacción e insatisfacción de su cuerpo. La tónica general es la del cliente que aborda a la sexoservidora buscando intimar, sexo rápido y a poder ser barato. Esto último destaca más en el Barrio de La Merced, debido al estatus de la prostitución callejera que se da en la misma, como hemos mencionado anteriormente, con un predominio de mujeres de nivel educativo, cultural y económico bajo. Pero si nos dirigimos a Metro Revolución, esa búsqueda de sexo barato no es la que predomina, debido tanto al nivel del cliente, como a las preferencias de las mujeres, con un nivel superior.

Consideraciones finales

A lo largo de este trabajo hemos tratado de demostrar y entender uno de los agentes del complejo fenómeno de la prostitución femenina adulta en dos de las zonas de la Ciudad de México, el cliente. Nuestro punto de partida fue la necesidad, en el contexto de los numerosos trabajo académicos sobre la prostitución, de evidenciar el papel esencial del consumidor de la prostitución. Como hemos visto, los clientes en los espacios de Metro Revolución y Plaza Loreto, de la Ciudad de México, no se enmarcan en un único perfil socioprofesional, al estar hablando de dos zonas totalmente diferenciadas en cuanto a la prostitución se refiere, aunque sí se pude apreciar una pequeña diferencia en el perfil del cliente de Plaza Loreto, siendo de rango económico inferior que el de Metro Revolución. El mayor porcentaje de los clientes son del sexo masculino, aunque la clientela femenina se

hizo presente de forma marginal en Metro Revolución. Las edades de estos actores prostitucionales se incluyen en todos los rangos y la mitad de tienen entre 16 y 25 años. Destaca la importancia del cliente adulto envejecido, en busca de un comportamiento más afectivo que sexual, em ambos espacios. Este hecho nos lleva a poder deducir la proximidad del actor con los sujetos prostitucionales a lo largo de sus vidas, lo que a una determinada edad exista ese acercamiento por años de relación. En general, como hemos visto son clientes, en su mayoría, casados y con descendencia debido en parte el tipo de sociedad investigada, arraigada a costumbres ancestrales, una sociedad patriarcal tradicional, donde el peso masculino rige todo el sistema familiar de la misma, y en la que la mujer, considerada siempre como mera consecuencia del hombre, es formada y manipulada por un sistema familiar cuya identidad está marcada por el papel de la madre invadida por la necesidad impuesta de tener descendencia. Los clientes se relacionan con profesiones de taxista y vendedores ambulantes en su mayor parte, con ingresos no superiores a los 10000 pesos mensuales, lo que nos indica el rango profesional medio y aunque destacan los de profesiones de nivel superior, los sujetos prostitucionales, confirman que estos acuden a las mujeres que ofertan sus servicios a precios más elevados. Este hecho nos confirma la conexión estatus profesional con el nivel prostitucional por parte de las mujeres que se prostituyen. Al mismo tiempo, que nos indica el lugar donde realizan el acto sexual, siendo el hostal el más característico dejando entrever el gasto medio que el cliente desea invertir en el mismo y su nivel económico, y destacando la diferencia entre ambos espacios de estudios al respecto, siendo un poco más elevado el nivel de Metro Revolución que el de Plaza Loreto. Es importante el reconocimiento, por parte de los mismos, que en algún momento de todos los contactos sexuales que tuvieron a lo largo de sus vidas con diferentes mujeres, haberse enamorado en más de una ocasión de alguna de ellas, pudiendo comprobar la existencia de una relación entre ambos. Independientemente del tipo de cliente analizado en este artículo, destacamos la importancia por parte de los mismos, de la necesidad de la prostitución en la sociedad sin considerarla un mal necesario debido a la monotonía en sus relaciones de pareja y buscando una relación sexual sin compromiso ni afectividad, pero siempre desde su invisibilidad más absoluta.

Concluímos, con la constatación de la violencia existente por parte de los clientes hacia las prostitutas, y su reciprocidad, debido en parte a razones de algún tipo de adicción por parte de ambos sujetos que los lleva a efectuar episodios en muchos casos, de extrema agresividad e incluso la muerte. la violencia adquiere importancia como acto del desarrollo prostitucional, donde están presentes tanto el poder como la dominación durante todas las etapas del mismo. Se trata del maltrato en sus diferentes aspectos, que nos acerca a la problemática de la prostitución y a la repercusión que tiene en las mujeres que la ejercen, marcando su trayectoria vital. Hacemos referencia con ello, al maltrato o la violencia física que define Cervantes et al., 2004, p. 243: "aquella que incluye acciones que por lo general se conforman en una escalada que puede comenzar por un pellizco y continuar con empujones, bofetadas, puñetazos, patadas y torceduras, pudiendo llegar hasta el homicidio". Otro de los maltratos a los que se ven sometidas las mujeres prostitutas y que deja huella en sus vidas, es el emocional o afectivo, donde el daño que produce y los medios que utiliza, se encuentran en la esfera de lo emocional. Otra de las tipologías de maltrato es la violencia sexual presente cuando el hombre obliga a la mujer a mantener relaciones sexuales sin su consentimiento, en contra de su voluntad, y que lleva intrínseca una violencia psicológica o emocional. Es una forma de violencia que consiste en "la imposición de relaciones sexuales por parte de la pareja masculina" (González Montes, S, 2004, p. 170). Por último, cabe destacar un nuevo tipo de maltrato, no menos importante y que entra en cohesión con los otros tipos de violencia, el maltrato o violencia económica, que tiene como finalidad controlar por medio del ejercicio del poder que otorga la diferencia de género. El fin es el de "someter a otra persona mediante el control de determinados recursos materiales -dinero, bienes, valores- que pertenecen al agresor o a la víctima" (Torres Falcón, M, 2001, p. 146). Este proceso marca un antes y un después en la vida de las mujeres, anu-

ladas sistemáticamente, violentadas, ultrajadas, carentes de afectividad y señaladas tanto en su vida privada como pública, por el hecho de haber sido dominadas y marcadas por una opresión patriarcal. Diferentes autores hacen referencia a las causas de la entrada en la prostitución, motivadas por una necesidad económica, problemas sociales, obviando las psicológicas. Por ello consideramos tan importante este artículo, que expone una serie de premisas generales que a nuestro modo de ver pueden ser motivo suficiente para arrastrar a una persona a ejercer la prostitución. Ante la situación de violencia, las propias mujeres se sienten rechazadas y, sin opción de salida para poder subsistir, buscan en la prostitución su medio de vida.

Concluimos que la perpetuación de la violencia contra las mujeres adultas sexoservidoras, en el espacio urbano de la Ciudad de México, está directamente relacionada con la omisión por parte del Estado de medidas de protección y seguridad al mismo tiempo que legitima la impunidad de los agresores. En México no existe una ley o reglamento que establezca alguna obligación o corresponsabilidad para los usuarios de la prostitución, ni a nivel federal, ni estatal. La ausencia de sanción jurídica para la prostitución provoca que "se persigue, se hostiliza a las prostitutas, se les saca dinero bajo cohecho, se les encarcela, se las chantajea y tienen que pagar a otros para poder ejercer" (Lagarde y de los Ríos, 2011, p. 592). Motivado por la falta de una legislación que regule el ejercicio de la prostitución, y en base a la defensa diaria que hacen las mujeres que se prostituyen en la Ciudad de México para que se reconozcan sus derechos, podemos confirmar el abuso y poder que las autoridades ejercen sobre las mismas, a través de detenciones que son el reflejo de la violencia generalmente ejercida sobre ellas.

Referências

Barra da Costa, J.M y Barata Alves, L. Prostituição 2001. O masculino e o Femenino de Rua. Lisboa: Ediçoes Colibri, 2001

Butanda Bautista, I. Legalización y Regulación de la prostitución en la Ciudad de México. Tesis en Tecnológico Universitario de México. México. Recuperado de Biblioteca Digital UNAM. 2018.http://oreon.dgbiblio.unam.mx/F/YUR2PDMIP7D92BIS8CQ5AYBBRRXILYHTKQY7DEB469NJ4BEP96-00456?func=find-b&request=butanda+bautista&find_code=WRD&adjacent=N&x=0&y=0&filter_code_2=WYR&filter_request_2=&filter_code_3=WYR&filter_request_3=

Garrido Guzmán, L. La prostitución: estudio jurídico y criminológico. España: Editorial Edersa, 1992

Gómez Suárez, A. y Pérez Freire, S. Prostitución: clientes e outros homes. Vigo: Edicións Xerais de Galicia, S.A, 2009

González, E. y Martínez, F. De la Exclusión al Estigma: Mujeres Inmigrantes Africanas en Contextos de Prostitución en el Poniente Almeriense. Una aproximación, Almería: Asociación Pro Derechos Humanos de Andalucía, 2002

Harvey, D. La construcción social del espacio y del tiempo: una teoría racional. Simposio de Geografía Socioeconómica. Asociación de geógrafos japoneses en la Universidad de Nagoya. Japón., 1994. Recuperado de http://geografiacriticaecuador.files.wordpress.com.com/2013/01/16-harvey.pdf

Lagarde y de los Ríos, M. Los cautiverios de las mujeres. Madresposas, monjas, putas, presas y locas. Madrid: Editorial San Cristobal, 2011

Lopes, A. Trabalhadores do Sexo Uni-vos! Organização Laboral na Indústria do Sexo. Lisboa, Portugal: Publicaçôes Dom Quixote, 2006

López Precioso, M. y Mestre i Mestre, R. Trabajo Sexual. Reconocer derechos. Valencia: Ediciones La Burbuja, 2006

Malem, J. La imposición de la moral por el Derecho: la disputa Devlin-Hart, en Rodolfo Vázquez (comp.), Derecho y Moral: ensayos sobre un debate contemporáneo. Barcelona: Editorial Gedisa, 1998

Martilla, A."Consuming sex: Finnish male clients and russian and baltic prostitution", 5th European Feminist Research Conference- Gender and Power in the New Europe, Suécia, Lund University,20-24 Agosto, 2003

Massey, D. Space, Place and Gender. Blackwell, Great Britain, 1994

McDowell, L. Doing gender: feminism, feminist and research methods in human geography, Transactions 17, 399-416, 1992

McDowell, L. Género, identidad y lugar. Un estudio de las geografías feministas. Madrid: Ediciones Cátedra, 2000

Meneses Falcón (dir.) et al. Perfil de la prostitución callejera. Análisis de una muestra de personas atendidas por APRAMP. Madrid: Universidad Pontificia Comillas, 2003

Osborne, R. (Ed.).Trabajador@s del sexo. Derechos,migraciones y tráfico en el siglo XXI. Barcelona: Ediciones Bellaterra, 2004

Pheterson, G. (Ed.). El prisma de la prostitución. Madrid: Talas, 1996

Santos, M. De la totalidad al lugar. Barcelona: Oikos-Tau, 1996

Symanski, R. Prostitution in Nevada. Annals of the Association of American Geographers. Vol. 64, nº 3, pp. 357-377, 1974