

Comparando a hombres que compran sexo y hombres que no compran sexo: Nuevos datos sobre prostitución y trata

Farley, M., Golding, J., Matthews, E.S., Malamuth, N., Jarrett, L. (2015) En *Journal of Interpersonal Violence*, August 2015: 1-25. DOI: 10.1177/0886260515600874

Resumen

Investigamos las actitudes y conductas asociadas con la prostitución y la agresión sexual de 101 hombres que compran sexo y 101 hombres que no compran sexo, con edades, niveles de educación y orígenes étnicos comparables. Ambos grupos se inclinaron a aceptar los mitos que existen sobre violación sexual, a reconocer los daños de la prostitución y de la trata, a expresar ambivalencia acerca de la naturaleza de la prostitución, y a considerar que la cárcel y la exposición pública son los elementos de disuasión más eficaces contra la compra de sexo. Los compradores de sexo fueron más propensos que los que no compran sexo, a informar sobre su tendencia a la agresión sexual y la violación. Los hombres que compran sexo, tuvieron una puntuación más alta en las medidas relacionadas con sexo impersonal y masculinidad hostil, y evidenciaron menor empatía hacia las mujeres prostituidas, considerándolas intrínsecamente diferentes a otras mujeres. Los resultados indican que, al comparar los hombres que no compran sexo con los hombres que compran, estos últimos comparten ciertas características fundamentales con hombres en riesgo de cometer agresiones sexuales, tal como lo documenta el Modelo de Confluencia de Agresión Sexual, el cual se basa en investigación científica sobre las características de hombres sin antecedentes penales que son agresivos sexualmente.

La investigación sobre prostitución se ha polarizado fuertemente en dos bandos, basado en una comprensión de la prostitución como trabajo sexual (Jenness, 1990; Leigh, 1997; Milrod & Weitzer, 2012) o como abuso sexual (Deer, 2010; Dworkin, 2000; Leidholdt, 1993). Las diferencias entre perspectivas se pueden apreciar en las percepciones sobre las relaciones de poder, donde por ejemplo, pagar por actos sexuales en un contexto de pobreza, sexismo y racismo puede constituir empoderamiento/agencia o explotación/abuso. El presente estudio ofrece datos relevantes para analizar estos modelos dispares a través de investigar las características de hombres que compran sexo.

A pesar de que la mayoría de la investigación sobre prostitución – tal vez hasta un 99% (Perkins, 1991) – se concentra en mujeres que venden/son vendidas por sexo, a los hombres que compran sexo se les considera cada vez más como quienes jalonan la industria de tráfico de sexo¹ (Anderson & O'Connell-Davidson, 2003; Di Nicola, Cuaduro, Lombardi, & Ruspini, 2009; Shively, Kliorys, Wheeler, & Hunt, 2012). Nos preguntamos si los hombres que compran sexo difieren de los hombres que no compran

sexo usando algunos de los mismos factores que distinguen a los hombres que tienen mayor riesgo de cometer agresión sexual con aquellos que tienen menor riesgo de tal agresión. Asumimos que trabajo no es abuso desde el punto de vista del cliente, y que el cliente no estaría motivado a agredir a quien le provee el servicio. ¿El uso de una mujer en la prostitución por parte de quien compra sexo está motivado por las mismas dinámicas que hacen que una persona con recursos busque a un proveedor de servicios para limpiar su casa o lustrar sus zapatos?, o, ¿el uso de una mujer en la prostitución se relaciona más con dinámicas evidenciadas en perpetradores de violencia sexual? Si se encontraran paralelos a lo esto último, podríamos abordar más sistemáticamente la pregunta de si la agresión sexual y la prostitución tienen o no algunos orígenes comunes, tales como un clima cultural que alimenta una ideología que promueve el trato hacia las mujeres como objetos que son “usados” en formas que difieren de las interacciones sociales igualitarias. Si los hombres que compran sexo, tuvieran puntuaciones más altas en sus actitudes y conductas de agresión sexual, frente a los que no pagan por sexo – y dado que la prostitución también es una práctica sexual – el resultado sugeriría empíricamente que para la población de consumidores, la prostitución es una práctica consistente con actitudes y conductas semejantes a la práctica de agresión sexual más que a la compra de otros servicios.

Investigamos la agresión sexual de los que compran sexo porque frecuentemente es la forma en que se ha descrito la prostitución por parte de quienes han estado en ella o han salido de ella: como un acto de agresión sexual (Abramovich, 2005; Farley et al., 2003; Miller & Schwartz, 1995; Silbert & Pines, 1982, 1983). La pregunta de si la prostitución es más consistente con trabajo o con abuso/agresión sexual, es fundamental para la sociedad, porque lleva a políticas muy diferentes. Si la prostitución se entiende principalmente como trabajo, entonces debería ser legalizada y regulada (tal como ocurre en los Países Bajos, Alemania y Australia). Si la prostitución se entiende principalmente como abuso/agresión sexual, necesita ser abolida (tal como ocurre en Suecia, Noruega e Islandia).

La violencia contra las mujeres se ha asociado con conductas que promueven las creencias entre los hombres de que tienen derecho al acceso sexual sobre las mujeres, de que son superiores a ellas y que tienen derecho a ser agresores sexuales (Flood & Pease,

2009; Koss & Cleveland, 1997). Se deshumaniza a las mujeres o se les ve como inferiores a los hombres por medio de la cosificación, un proceso en el cual las mujeres “se convierten en objeto para el uso sexual de otros” (American Psychological Association, 2007). La cosificación está asociada con un aumento en la agresión (Greitemeyer & McLatchie, 2011; Haslam, Loughnan, Reynolds, & Wilson, 2007). Existe una asociación significativa entre la aceptación de mitos sobre la violación sexual (p. ej., la noción de que ciertas vestimentas que usan las mujeres señalan un deseo de ser asaltadas sexualmente) y la aceptación de mitos sobre la prostitución (p. ej., la noción de que las mujeres se vuelven prostitutas porque les gusta el sexo) (Cotton, Farley & Baron, 2002).

Existe evidencia sobre la conexión entre la agresión sexual y la prostitución. La compra de sexo por hombres, se ha asociado con la perpetración de violencia basada en género, incluyendo violencia física y sexual contra la pareja íntima (Decker et al., 2009; Raj et al., 2008) y la violación de la pareja o de otras personas conocidas o desconocidas (Jewkes et al., 2006; Monto & McRee, 2005). Hombres universitarios que usaron a mujeres en la prostitución declararon haber cometido conductas sexualmente más coercitivas que hombres que no habían usado a mujeres en prostitución (Schmidt, 2003). En muestras de más de 1000 hombres en Chile, Croacia, India, México y Ruanda, los hombres que pagaron por sexo en alguna ocasión tuvieron más probabilidad de cometer una violación (Heilman, Herbert, & Paul-Gera, 2014).

Investigamos actitudes y conductas de riesgo asociadas con el Modelo de Confluencia de agresión sexual, un marco empírico que integra multifactorialmente las características de los hombres con más probabilidad de cometer agresiones sexuales (Malamuth, Sockloskie, Koss, & Tanaka, 1991). El Modelo de Confluencia es “...el modelo etiológico sobre agresión sexual más comúnmente utilizado en individuos no encarcelados” (LeBreton, Baysinger, Abbey, & Jacques-Tiura, 2013, p. 817). Malamuth y Hald (en prensa) resumieron la evidencia de los componentes de este modelo. Los factores predictivos clave sobre agresión sexual incluyen promiscuidad/sexo impersonal, identificación con una masculinidad hostil, narcisismo, historia de violencia familiar, delincuencia en la adolescencia, uso frecuente de pornografía y actitudes tolerantes a la agresión. Los estudiantes universitarios masculinos que son sexualmente agresivos

demuestran una mayor hostilidad hacia las mujeres, una inclinación más marcada hacia la dominación en las relaciones personales y una mayor aceptación de los mitos sobre violación— todos factores del Modelo de Confluencia (Abbey, Jacques-Tiura, & LeBreton, 2011; DeGue & DiLillo, 2005; Koss & Dinero, 1988; Wheeler et al., 2002). Los hombres sexualmente agresivos tienen más aceptación de los mitos relacionados con la violación (Vogel, 2000; Truman, Tokar, & Fischer, 1996). Logan-Greene y Davis (2011) concluyeron que la masculinidad hostil, un componente principal del Modelo de Confluencia, era superior a otras 11 medidas para predecir agresión sexual (Murnen, Wright, & Kaluzny, 2002). En un seguimiento realizado después de 10 años, el Modelo de Confluencia predijo exitosamente la agresión sexual a través de evaluar la masculinidad hostil y el sexo impersonal (Malamuth, Linz, Heavey, Barnes, & Acker, 1995). Según un estudio, los niveles más altos de agresión sexual fueron evidentes entre hombres con la puntuación más alta de masculinidad hostil y sexo impersonal (Logan-Greene & Davis, 2011).

Tanto la masculinidad hostil como el sexo impersonal, como componentes relativamente independientes del Modelo de Confluencia, han sido planteados hipotéticamente como los indicadores que más fuertemente predicen la agresión sexual (Malamuth et al., 1995; Malamuth, Hald, & Koss, 2012). La masculinidad hostil es un perfil de personalidad que combina una orientación hostil y desconfiada particularmente hacia las mujeres, con actitudes que toleran la agresión en contra de mujeres tales como la aceptación de mitos sobre violación y la gratificación sexual a través del dominio sobre las mujeres. En algunos estudios sobre los hombres que compran sexo, la aceptación de mitos sobre violación (un atributo que está relacionado con la masculinidad hostil) se ha asociado con el uso más frecuente de mujeres en prostitución (Farley, Macleod, Anderson, & Golding, 2011; Monto & Hotaling, 2001) aunque no es la conclusión de otros estudios (Klein, Kennedy, & Gorzalka, 2009). La masculinidad hostil incluye hipersensibilidad al rechazo por parte de las mujeres. Consistente con esta conceptualización, hombres australianos que compran sexo y visitan prostíbulos sienten más incomodidad y menos confianza que los hombres que no compran sexo, en una escala que mide la efectividad social y sexual (Xantidis & McCabe, 2000). Los estudios previos no han investigado las asociaciones entre masculinidad hostil con el hecho que un

hombre pague o no por sexo.

Los hombres que tienen una alta puntuación en sexo impersonal prefieren tener relaciones sexuales frecuentes y casuales en lugar de relaciones duraderas y monógamas (Malamuth, 2003). Se considera que tener un gran número de parejas sexuales indica preferencia por el sexo impersonal (Abbey et al., 2011; O'Connell-Davidson, 1998). Aunque la preferencia por el sexo impersonal o sexo sin una relación tiende a estar ideológicamente conectado a la sexualidad de los hombres en general (Levant et al., 2003), los hombres con alta puntuación de sexo impersonal y masculinidad hostil además, tienen un riesgo más alto de agresión sexual que otros hombres (Malamuth & Hald, en prensa). Quienes compran sexo tienen una orientación más impersonal hacia la sexualidad que los hombres que no compran sexo (Monto & McRee, 2005; Monto & Milrod, 2014). Hombres que compran sexo y que participan en una subcultura en Internet que promociona prostitución (Blevins & Holt, 2009) tuvieron mucho más parejas sexuales que una muestra nacional de hombres y que una muestra de hombres arrestados por comprar sexo. (Milrod & Weitzer, 2012; Milrod & Monto, 2012).

Una predicción clave del Modelo de Confluencia se refiere a la interacción de las características asociadas con las dos constelaciones, sexo impersonal y masculinidad hostil. El modelo predice que los hombres con una puntuación más alta en ambas características son más propensos a ser agresivos sexualmente. El modelo específicamente considera que una alta puntuación solamente referida a sexo impersonal probablemente no predice el riesgo de agresión sexual, sin embargo en los casos de hombres que combinan sexo impersonal con masculinidad hostil, se predice un alto riesgo de cometer una agresión sexual. En el presente estudio, suponemos razonablemente que una alta puntuación solo en sexualidad impersonal estaría asociado a comprar sexo, ya que una puntuación baja en sexualidad impersonal y por lo tanto una puntuación alta en "sexualidad personal" (buscar una experiencia sexual dentro del contexto de una relación personal íntima) tendería a ser incoherente con la compra de sexo. No obstante, predijimos que un alto puntaje en sexualidad impersonal y uno relativamente alto en el compuesto características referidas a hostilidad/agresividad (por ejemplo, masculinidad hostil, declaraciones sobre la probabilidad de cometer una violación , agresión sexual) caracterizaría a los hombres que compran sexo.

Estudios han asociado una reducción de la empatía con la agresión sexual (Lisak & Ivan, 1995). Investigaciones del Modelo de Confluencia indican que cuando existe empatía en hombres que están en alto riesgo de cometer agresión sexual, resulta en una agresión moderada (Dean & Malamuth, 1997; Abbey, Parkhill, Beshears, Clinton-Sherrod, & Zawacki, 2006).

La prevalencia de abuso sexual en la niñez es más alta en los delincuentes de delitos sexuales que en personas no delincuentes (Thomas & Fremouw, 2009) y el hecho de que un hombre haya sido abusado sexualmente durante su niñez, se ha asociado con agresión sexual y participación en prostitución (Dhaliwal, Gauzas, Antonowicz, & Ross, 1996). Predijimos que el abuso sexual durante la niñez sería más común entre hombres que compran sexo que entre hombres que no lo compran.

El presente estudio compara las actitudes y conductas de hombres que compran sexo correspondientes en edad, origen étnico, y nivel educativo con hombres que no compran sexo. Comparamos a los dos grupos sobre variables asociadas con agresión sexual. Planteamos como hipótesis que si la prostitución es en mayor grado una forma de violencia que una forma de trabajo, entonces (a) los hombres que compran sexo evidenciarán una mayor preferencia por el sexo sin una relación personal que los hombres que no compran sexo, demostrado en un número más alto de parejas sexuales durante su vida y sus respuestas a ítems relacionados en el cuestionario; (b) los hombres que compran sexo tendrán una puntuación más alta en cuanto a masculinidad hostil, que los hombres que compran; (c) la hostilidad/agresividad y el sexo impersonal interactuarán para predecir la compra de sexo; (d) los hombres que compran sexo reportarán un mayor promedio en cuanto al temor al rechazo de las mujeres que los hombres que no compran sexo; (e) los hombres que compran sexo puntuarán alto en la aceptación de mitos sobre violación sexual frente que los hombres que no compran sexo; (f) los hombres que compran sexo mostrarán mayor propensión a violar que los hombres que no compran; (g) los hombres que compran sexo reportarán un historial con más agresión sexual que los hombres que no compran; (h) los hombres que compran sexo aceptarán y normalizarán la prostitución en mayor grado que los hombres que no compran sexo; (i) los hombres que compran sexo tendrán más probabilidad que los hombres que no compran sexo de ver a las mujeres en prostitución como intrínsecamente inferiores y menos humanas que otras

mujeres; (j) los hombres que compran sexo demostrarán menos empatía por las mujeres en prostitución que los hombres que no compran; (k) los hombres que compran sexo percibirán potenciales elementos de disuasión frente al uso de mujeres en prostitución, como medidas menos eficaces que los hombres que no compran sexo; (l) la prevalencia de abuso sexual en la niñez será mayor en los hombres que compran sexo que en los hombres que no compran sexo.

Metodología

Participantes

Reclutamiento Los encuestados fueron reclutados por medio de avisos en el periódico (*Boston Phoenix*) y en internet (*Craigslist*) en Boston, Massachusetts, solicitando hombres adultos para un estudio de investigación sobre actitudes y conductas sexuales. Los avisos indicaban que las entrevistas de dos horas serían confidenciales y ofrecían un pago de \$ 45 USD.

Definiciones Se definió a los hombres que compran sexo (HCS) como aquellos que reconocieron que habían pagado por sexo de una mujer o un hombre en prostitución, escort/acompañante, trabajador(a) sexual o trabajador(a) de un salón de masaje, o que habían dado algo de valor (como alimentos, drogas o albergue) a cambio de un acto sexual. Se definió a los hombres que no compran sexo (HNCS) como hombres que no han comprado sexo de un trabajador(a) sexual, trabajador(a) sexual de masaje o escort/acompañante, que no han comprado sexo por teléfono o bailes eróticos; que no han asistido más de una vez en el último año a un club de striptease, que no han dado intercambiado algo de valor por un acto sexual, y que no han utilizado pornografía más de una vez en la última semana. Consideramos que era muy probable encontrar suficientes hombres para constituir nuestro grupo HNCS aunque requiriéramos el uso no frecuente de pornografía². Nuestra decisión de incluir a hombres que utilizaron pornografía una vez a la semana o incluso con menos frecuencia, se basó en los datos de dos estudios sobre la prevalencia del uso de pornografía entre hombres universitarios. De 595 hombres, un 76% estaban utilizando pornografía en internet (Neil Malamuth, comunicado personal, Septiembre 7, 2009), y en otro estudio, un 48% de 313 hombres entre las edades de 18 y 26 estaban utilizando pornografía una vez a la semana o más frecuentemente (Carroll et al., 2008).

Realizamos entrevistas por teléfono a 1247 hombres para hacer las selecciones de los dos grupos (HCS y HNCS) y para hacerlos comparables en cuanto a edad, origen étnico y nivel educativo. Los grupos se correspondieron dentro de un margen de 5 años de diferencia de edad. Para establecer el tamaño aproximado de los grupos étnicos utilizamos pautas del Censo de Massachusetts (Metro Boston Data Common, 2010; U. S. Census Bureau, 2000) categorizados como afroamericano, asiático o de las Islas Pacífico, latino o hispano, nativo americano, blanco americano europeo o caucásico, y multirracial. Clasificamos cinco niveles de educación: Menos que el diploma de la escuela secundaria o GED, con diploma de la escuela secundaria/GED, algunos estudios universitarios, , título universitario, estudiante de posgrado o título de posgrado.

Procedimiento

Los entrevistados, quienes eran anónimos, proporcionaron su consentimiento informado y se les ofreció información de contacto de un trabajador social que estaba disponible en caso de aflicción. El protocolo de investigación fue aprobado por el Comité de Ética en Investigación y Educación sobre la Prostitución, y por el Comité Institucional de Revisión del Pacific Graduate School of Psychology.

Se capacitó a ocho entrevistadores durante una semana, en técnicas de entrevista y aplicación de cuestionarios, incluyendo entrevistas bajo observación y de práctica. Debido a que el trastorno de estrés postraumático secundario no es poco común entre investigadores de violencia sexual (Zurbriggen, 2002), la capacitación incluyó una discusión sobre su cuidado psicológico personal. Dos veces por semana, llevamos a cabo sesiones de rendición de reportes y resolución de problemas con los entrevistadores. En el 7% de las entrevistas con los HNCS, los entrevistadores se sintieron *algo* incómodos. En el 13% de las entrevistas con los HCS, los entrevistadores se sintieron *muy* incómodos, algunas veces inseguros por el acoso sexual, por ejemplo al ser tocados en forma sexualizada³.

Mediciones

Aplicamos mediciones cuantitativas y cualitativas como parte de las entrevistas cara a cara, individuales y estructuradas, incluyendo 150 items. Las entrevistas incluyeron escalas validadas con anterioridad y preguntas desarrolladas específicamente para este estudio.

Durante un período de varios años y con el aporte de mujeres anteriormente prostituidas, abogados, expertos en trata, psicólogos, proveedores de servicios y defensores, elaboramos preguntas relacionadas con las percepciones generales de hombres que compran sexo sobre las mujeres y sus actitudes en particular hacia mujeres en prostitución. Este protocolo de entrevista se ha usado en muestras anteriores de HCS (p. ej., Farley et al., 2011). Las preguntas incluyeron su historia en el uso de mujeres en prostitución, percepciones sobre las mujeres prostituidas, la relación entre padrotes y mujeres en prostitución, consciencia sobre la trata, elementos disuasivos de la prostitución y educación sexual. Algunos Ejemplos de las preguntas son:

“¿Cuáles son las cinco razones más importantes por las cuales los hombres compran sexo?” (Las cinco razones se grabaron literalmente y estuvieron sujetas a un análisis de contenido).

“Las prostitutas son diferentes a otras mujeres”. (Por favor indique en qué porcentaje está de acuerdo): 100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0%.

“Soy sensible al rechazo de las mujeres”. (Por favor indique en qué porcentaje está de acuerdo): 100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0%. Le pedimos al entrevistado que explique su respuesta.

Les preguntamos a los hombres si cada uno de 11 posibles elementos disuasivos (p. ej., una sanción penal más severa, multas, programa educativo, exposición pública) disuadiría a los hombres de comprar sexo con las respuestas codificadas con “0” (no) o “1” (sí).

Para tener más claridad sobre la percepción de los entrevistados en cuanto a la realidad emocional de las mujeres que están en prostitución, les pedimos que describieran lo que ellos pensaban que sentía la mujer en prostitución (Elliott, Bohart, Watson, & Greenberg, 2011). La empatía fue definida operacionalmente como la habilidad de los hombres para describir con exactitud el porcentaje total de emociones positivas o negativas que las mujeres prostituidas reportaron sobre sí mismas en un estudio aparte (Kramer, 2003). Dos codificadores clasificaron de manera independiente las respuestas de los hombres como positivas, negativas o neutrales. La confiabilidad entre evaluadores (porcentaje de concordancia al codificar cada palabra dicha por los entrevistados como

positiva, negativa o neutral) fue de un 95.8% para la codificación de las respuestas de HNCS y de 93.7% para las repuestas de HCS.

Los mitos sobre violación son creencias falsas que cambian la carga de la culpa de los perpetradores de la violación a las víctimas, justificando así la agresión sexual masculina en contra de las mujeres (Lonsway & Fitzgerald, 1994). Utilizamos el Formulario Corto de Escala de Aceptación sobre el Mito de Violación de Illinois (Payne, Lonsway, & Fitzgerald, 1999) para medir el grado de aceptación de los hombres sobre estos mitos. Esta escala incluye 19 ítems evaluados en una escala de 5 puntos, donde 1 corresponde a (“completamente de acuerdo”) y el 5 a (“completamente en desacuerdo”). El alfa de Cronbach en el presente muestreo fue de .84 (.83 entre los SB y .86 entre los NSB), indicando una alta fiabilidad por la consistencia interna.

Medimos la propensión a cometer una violación usando la escala Malamuth (1981), la cual comienza con “si usted estuviera seguro de que nadie sabrá y de que no recibirá castigo de ninguna índole, ¿qué probabilidades habría, si hubiera alguna, de que usted...” Los encuestados clasificaron las conductas sexuales en una escala del 1 (“no hay ninguna probabilidad; yo no haría eso”) al 5 (“muy probable; probablemente yo haría eso”). Consistente con el uso previo de esta medición (p. ej., Malamuth, 1981), utilizamos una respuesta mayor a 1 tanto para el ítem “...haga que una mujer haga algo sexual que ella realmente no quería hacer?”, como para el ítem “...cometa una violación?” para indicar por lo menos una mayor probabilidad de cometer una violación.

Usamos la Escala de Experiencias Sexuales para medir un “continuo de agresión sexual [que] ... varía[n] desde el acto sexual logrado a través de coacción verbal y fuerza amenazante, hasta el acto sexual logrado en contra del consentimiento a través del uso de fuerza física (violación)” (Koss & Oros, 1982, p. 455). La fiabilidad por consistencia interna (alfa de Cronbach) en el presente muestreo fue de .82 (.83 entre los HCS y .39 entre los HNCS). El bajo alfa de Cronbach entre los NSB es atribuible a la baja variabilidad en este grupo en 10 de los 11 ítems.

Otra medición evaluó la identidad masculina hostil basada en creencias sexuales adversas, hostilidad hacia las mujeres, el deseo de dominar en las relaciones personales con mujeres y actitudes que aceptan la violencia contra las mujeres (Malamuth et al., 1991). La escala contiene 34 ítems con el puntaje en una escala de 7 puntos, del 1

(“completamente en desacuerdo”) al 7 (“completamente de acuerdo”). En la muestra presente, el alfa de Cronbach para la Escala de Masculinidad Hostil fue de .86 (.87 entre los SB, .83 entre los NSB).

Creamos variables compuestas que representan hostilidad/agresividad y sexo impersonal. Para representar hostilidad/agresividad hostil, usamos un compuesto sumado de la Escala de Masculinidad Hostil (Malamuth et al., 1991; 0 = inferior a vs. 1 = igual o superior a la media de la muestra), probabilidad de cometer violación (Malamuth, 1981; 0 = ninguna probabilidad en ambos ítems vs. 1 = al menos alguna probabilidad en al menos un ítem) y Agresión Sexual según las mediciones de la Escala de Experiencias Sexuales (Koss & Oros, 1982, 0 = inferior a vs. 1 = igual o superior a la media de la muestra). Representamos el sexo impersonal usando un compuesto sumado de los ítems, “Me gusta tener sexo sin involucramiento o compromiso emocional” (0 = en desacuerdo, 1 = de acuerdo) y “Me gusta tener una variedad de parejas sexuales” (0 = en desacuerdo, 1 = de acuerdo) con la cantidad de parejas sexuales tenidas en el transcurso de su vida (0 = igual o inferior a la media de la muestra, 1 = superior a la media de la muestra).

Resultados

Características demográficas

La media de edad fue 41 (entre 20 - 75) para los hombres que compran sexo (HCS) y 40 (entre 18 - 77) para hombres que no compran sexo (HNCS), $t(199) = -0.067$, $p = .505$. La media de ingresos anuales familiares fue alrededor de \$40,000 USD, sin una diferencia significativa entre HCS y HNCS, $\chi^2(1, N = 199) = 2.264$, $p = .132$. Alrededor de un tercio de cada grupo tenía título universitario (32% de HNCS y 33% de HCS), un tercio reportó tener algo de educación universitaria sin título (36% de HCS, 34% de HNCS) y alrededor de un décimo indicó tener un título de posgrado (12% de HNCS y 11% de HCS), $\chi^2(4, N = 200) = 0.500$, $p = .974$. Un poco más de la mitad de cada grupo (56% de HCS, 58% de HNCS) se describió como americano europeo, alrededor de un tercio como afroamericano (32% de HCS, 31% de HNCS) y pequeñas proporciones de la muestra como latino o hispano (6% de HCS, 4% de HNCS), multirracial (4% de HCS, 6% de HNCS), de americanos nativos (2% de HCS, 0% de HNCS), o de asiáticos o de las Islas del Pacífico (0% de HCS, 1% de HNCS), $\chi^2(2, N = 201) = 0.133$, $p = .936$.

Una gran mayoría de los hombres (89% de HCS y 93% de HNCS) se identificaron como heterosexuales, y menos de ellos como homosexuales (4% de HCS y 3% de HNCS) o bisexuales (7% de HCS y 4% de HNCS). Ningún encuestado de los dos grupos se identificó como transgénero. 61% de HCS y 70% de HNCS tenían esposa o novia en ese momento, $\chi^2(1, N = 199) = 1.80, p = .180$.

Cantidad de parejas sexuales

Los HCS reportaron tener una cantidad mucho mayor de parejas sexuales durante el transcurso de su vida que los HNCS. Un 76% de HCS y un 33% de HNCS reportaron más de 15 parejas sexuales $\chi^2(1, N = 201) = 38.003, p < .001$. Dos veces más HCS (70%) que HNCS (28%) dijeron que les gustaba tener varias parejas sexuales $\chi^2(1, N = 201) = 35.947, p < .0001$, y que preferían sexo sin compromiso y sin relación personal, $\chi^2(1, N = 201) = 30.013, p < .0001$ (62% de HCS y 24% de HNCS).

Masculinidad hostil

En la escala de Masculinidad Hostil, los HCS tuvieron una identidad masculina más hostil ($M = 89.8$) que los HNCS ($M = 79.7$), $t(197) = -3.44, p = .001$.

Temor al rechazo por parte de las mujeres

Los HCS reportaron más frecuentemente el temor al rechazo por parte de las mujeres. En una escala del 1 al 7, los HCS tuvieron un promedio de 5.27 (más sensibles al rechazo), comparado con 3.54 que tuvieron los HNCS, $t(199) = -3.46, p = .001$. Los hombres describieron las formas en que la prostitución mitiga su temor al rechazo: “Es un servicio al cual se puede acudir para recibir favores sexuales si se es muy tímido para conquistar mujeres, si se es inseguro” (HCS). Otro dijo: “Una prostituta es una persona con la que se puede practicar el sexo y no preocuparse por ser juzgado” (HNCS).

Aceptación de los mitos sobre violación

Los puntajes en el Formulario Corto de la Escala de Aceptación del Mito sobre Violación de Illinois indicaron que tanto los HCS como los HNCS tendieron a aceptar los mitos sobre violación que normalizan y justifican la violencia sexual. Los HCS tuvieron una media del puntaje del mito sobre violación de 41.13, comparado con la media de los HNCS de 39.74, $t(199) = -1.07, p = .287$. Los HCS (32%) registraron mayor probabilidad que los HNCS (20%) a considerar que la prostitución reduce la probabilidad

de cometer una violación, $\chi^2(1, N = 201) = 3.90, p = .048$. Así explicó un hombre que compra sexo:

“Están frustrados de que no pueden tener sexo con una mujer, entonces salen y violan a la gente. Se enfurecen... Donde no hay prostitución, habrán muchas violaciones; donde hay mucha prostitución, no hay violaciones.”

Declaraciones sobre la probabilidad de cometer una violación

En la escala de Malamuth (1981), los HCS (15%) fueron más propensos que los HNCS (2%) a informar que ellos forzarían a una mujer a tener sexo o a violar a una mujer si podían salirse con la suya y si nadie se enterara, $\chi^2(1, N = 201) = 11.00, p < .001$.

Agresión sexual

En la Escala de Experiencias Sexuales (Koss & Oros, 1982) los HCS reportaron que habían participado en más conductas sexualmente agresivas que los HNCS, con una media de 1.59 tipos de conducta sexualmente agresiva (HCS = 1.83, de 0 a 10) entre los HCS, comparado con una media de 0.53 (HCS = 0.79, de 0 a 4) entre los HNCS, $t(188) = -5.63, p < .001$.

Interacción entre hostilidad/agresividad con sexo impersonal

Utilizamos un modelo de regresión logística jerárquica de tres pasos para probar la hipótesis de que la interacción entre hostilidad/agresividad y sexo impersonal estaría asociada con la compra de sexo. En el primer paso, el compuesto de hostilidad/agresividad sirvió como el único indicador de pertenencia grupal (HCS vs. HNCS). En este modelo, la masculinidad hostil está significativamente asociada con la compra de sexo (OR = 2.18, 95% CI 1.56, 3.06). En el segundo paso, incluimos hostilidad/agresividad y sexo impersonal para predecir la compra de sexo. En este modelo, tanto la hostilidad/agresividad (OR = 1.82, 95% CI 1.24, 2.67) como el sexo impersonal (OR = 3.22, 95% CI 2.24, 4.63) tienen efectos importantes en la compra de sexo. En el último paso, incluimos la interacción entre hostilidad/agresividad y sexo impersonal. En este modelo, el efecto principal de hostilidad/agresividad no es significativo (OR = 0.84, $\chi^2 = 0.257, p = .612$), el efecto principal de sexo impersonal persiste (OR = 1.83, $\chi^2 = 5.953, p = .015$), y su interacción es significativa (OR = 2.00, $\chi^2 = 7.351, p = 0.007$). Para explicar esta interacción, estimamos los principales efectos de hostilidad/agresividad sobre la compra de sexo en dos grupos: Los hombres que

estuvieron por debajo de la media de la muestra en sexo impersonal ($n = 103$), y aquellos que estuvieron en la media o por encima en sexo impersonal ($n = 83$). Entre los hombres que estuvieron por debajo en sexo impersonal, la hostilidad/agresividad no estuvo relacionada con la compra de sexo (OR = 1.31, 95% CI 0.83, 2.07). Entre los hombres que tuvieron un puntaje alto en sexo impersonal, la hostilidad/agresividad tuvo una fuerte asociación positiva con la compra de sexo (OR = 4.37, 95% CI 1.86, 10.27).

Empatía

Para evaluar la empatía de los hombres hacia las mujeres en prostitución, les pedimos que opinaran sobre cómo se sentían las mujeres durante la prostitución y comparamos estas respuestas con las de otro estudio en el cual las mujeres describieron cómo ellas se sentían durante la prostitución. Identificamos los descriptores positivos, negativos y neutrales de los hombres con respecto a lo que ellos imaginaban que las mujeres sentían. Las palabras negativas comunes que utilizaron tanto los HCS como los HNCS incluyeron, *aburridas, utilizadas, asqueadas, tristes, asustadas, sucias, degradadas y ansiosas*. Las palabras positivas más comunes que usaron ambos grupos incluyeron *felices, satisfechas, animadas, disfrute y agradadas*. Las palabras neutrales más comunes utilizadas por ambos grupos incluyeron *dinero o pago, negocio, y empleo o trabajo*. Los HCS fueron menos propensos que los HNCS a valorar con exactitud el estado emocional (positivo o negativo) de las mujeres prostituidas. La evaluación de los HNCS en cuanto al estado emocional de las mujeres tendió a ser más parecida a los verdaderos sentimientos de las mujeres durante la prostitución (Tabla 1).

Tabla 1

Palabras utilizadas por personas que compran sexo (HCS), hombres que no compran sexo (HNCS) y mujeres prostituidas para describir los sentimientos de las mujeres durante la prostitución:

	Palabras referidas a sentimientos positivos	Palabras referidas a sentimientos neutrales	Palabras referidas a sentimientos negativos	Total de palabras
HCS	40% (182)	17% (76)	44% (201)	459
HNCS	18% (79)	11% (47)	72% (319)	445
Mujeres prostituidas (Kramer, 2003)	9% (41)	14% (64)	77% (127)	232

Aceptación de prostitución

Una minoría de HCS (23%) y de HNCS (11%) consideró aceptable que sus hijas trabajaran en clubes de striptease, pero esta opinión fue más común entre los HCS, $\chi^2(1, N = 201) = 5.24, p = .022$. Asimismo, más HCS (56%) que HNCS (20%) opinaron que era aceptable que sus hijos varones fueran a burdeles, $\chi^2(1, N = 201) = 28.00, < .001$.

Los HCS (48%) fueron más propensos que los HNCS (26%) a estar de acuerdo en que “la mayoría de los hombres van donde las prostitutas de vez en cuando”, $\chi^2(1, N = 201) = 10.70, p = .001$. Más SB (62%) que NSB (37%) consideraron que la prostitución es sexo con consentimiento mutuo, $\chi^2(1, N = 201) = 12.94, p < .001$. Cuando la pregunta se presentó como una elección, la aceptación de la prostitución aumentó en ambos grupos, aunque los HCS (93%) fueron más propensos que los HNCS (66%) a reportar que las mujeres deberían poder elegir prostituirse, $\chi^2(1, N = 201) = 22.00, p < .001$. Un hombre explicó su entendimiento con respecto a la falta de elección de las mujeres:

“No creo que la prostitución sea lo mismo que la violación. La violación es peor. Pero se está al otro lado del espectro de la violación. No es violación porque existe un consentimiento superficial. A primera vista, la prostituta está de acuerdo, pero en el fondo, uno puede ver que las circunstancias de la vida que de alguna manera la han forzado a prostituirse, aunque ella haya consentido. Es como saltar de un edificio en llamas - uno puede decir que la persona eligió saltar, pero también uno puede decir que no tuvo alternativa” (HNCS).

Los HCS (37%) fueron más propensos que los HNCS (21%) a manifestar que una vez que se paga por el sexo, las mujeres están obligadas a hacer lo que el comprador quiera, $\chi^2(1, N = 201) = 6.43, p = .011$. Los HCS (38%) fueron menos propensos que los HNCS (65%) a considerar la prostitución como explotación sexual $\chi^2(1, N = 200) = 14.59, p < .001$. Haciendo referencia a que el historial de asalto sexual en la niñez es común en la mayoría de las personas prostituidas (Abramovich, 2005; Silbert & Pines, 1983), un entrevistado dijo: “La mayor parte de su bagaje tiene que ver con incesto, violación, abuso sexual. Simplemente llevan mucho bagaje y lo siguen cargando, haciendo lo que hacen una y otra vez como si se lo merecieran” (HCS).

Opiniones sobre por qué los hombres compran sexo

Le preguntamos por qué los hombres compran sexo tanto a los HCS y como a los HNCS. Cuando se consideraron a los 202 hombres como un solo grupo, ellos

mencionaron principalmente la satisfacción o placer sexual (21%) y la insatisfacción en las relaciones personales o deseo de tener una variedad (19%), como razones para comprar sexo. Los dos grupos tuvieron la misma probabilidad de reportar que los hombres compran sexo por estas dos razones, y también por la ausencia de compromiso emocional, porque es una sensación emocionante, o como forma de vinculación emocional masculina. Sin embargo, más HNCS que HCS reportaron que el control o dominación ($\chi^2(1, N = 202) = 4.029, p = .045$), y la adicción o problemas emocionales ($\chi^2(1, N = 202) = 6.788, p = .009$) eran razones por las cuales los hombres compran sexo. Los comentarios de los HCS referentes a sus razones para comprar sexo incluyeron: “Si mi novia no quiere tener sexo anal conmigo, yo sé quién querrá”. Algunos explicaron que ellos a menudo perciben a las mujeres prostituidas como objetos: “Para mí, estar con una prostituta no es una relación personal. Es como tomarse una taza de café; cuando te la terminas, la botas” (HCS).

Les preguntamos a los entrevistados cómo describirían a las personas que compran sexo. Los HCS describieron más frecuentemente a los hombres que compran sexo en términos de dominio positivo que los HNCS. Respaldaron términos como *mujeriego* (44% de SB vs. 26% de NSB, $\chi^2(1, N = 200) = 6.579, p = .010$) o *macho* (20% vs. 7%, $\chi^2(1, N = 200) = 6.939, p = .008$). Más NSB se refirieron a los compradores de sexo como *perdedores* (52% vs. 35%, $\chi^2(1, N = 198) = 5.850, p = .016$), *antiéticos* (65.7% vs. 33%, $\chi^2(1, N = 199) = 21.227, p < .0001$) o *desesperados* (83.0% vs. 63.4%, $\chi^2(1, N = 201) = 9.859, p = .002$). Menos NSB (43%) que SB (67%) se refirieron a los compradores de sexo como *normales*, $\chi^2(1, N = 180) = 11.064, p = .0009$.

Creencias sobre mujeres prostituidas

Los HCS fueron más propensos a considerar que las mujeres prostituidas son intrínsecamente diferentes a otras mujeres. En la escala de 0 a 10 que evaluó esta creencia, el puntaje medio de los HCS fue de 5.09 y el puntaje medio de los HNCS fue de 3.61, $t(197) = -3.09, p = .002$. Algunos hombres explicaron cómo las actitudes hacia las mujeres en prostitución eran similares a las relaciones con mujeres que no son prostituidas. “Esto afecta la forma en que uno ve el sexo opuesto... si el hombre ha estado mucho con prostitutas, él va a pensar que la mujer con la que está es como la prostituta” (HCS).

Historial de abuso sexual

No hubo una diferencia estadísticamente significativa entre los HCS (21%) y los HNCS (10%) en la prevalencia de declaraciones sobre abuso sexual en la niñez, $\chi^2(1, N = 195) = 3.380, p = .066$. Sin embargo, una minoría sustancial de HCS que declaró una historia de abuso sexual (41%) indicó que su abuso sexual afectó su decisión de usar mujeres en la prostitución. Menos HNCS (9%) vieron su abuso sexual como algo que afectó su decisión de no comprar sexo.

Conocimiento sobre proxenetismo y trata

Un 41% de HCS había usado una mujer en la prostitución que estaba controlada por un padrote. Una proporción parecida (43%) de HNCS había observado a una mujer bajo el control de un padrote. Dos tercios de HCS (66%) y de HNCS (66%) dijeron que la mayoría de las mujeres son atraídas, engañadas o tratadas en la prostitución.

Un 96% de HCS y un 97% de HNCS compartieron la opinión de que en Boston casi siempre hay niños menores de edad disponibles en bares, salones de masaje, escort y otros tipos de prostitución. Un HCS declaró que hubo padrotes que habían solicitado su ayuda para reclutar mujeres, pidiéndole que “encuentre cierto tipo de niñas en el hospital psiquiátrico...”. Otro HCS señaló que muchos hombres prostituyeron a sus esposas y novias.

Ambos grupos de hombres evidenciaron baja autoestima, depresión, abuso de sustancias y disociación en las mujeres prostituidas. Un HNCS dijo: “La prostitución arruina la autoestima... el valor propio... les da una imagen distorsionada de los hombres...”. Un HCS explicó: “Creo que muchas veces ellas se sienten degradadas. Es decir, las que conozco no creen en sí mismas, entonces se sienten menos que una persona y más como una mercancía”. Los HCS eran conscientes de la disociación entre las mujeres prostituidas: “Es como si ellas no estuvieran realmente presentes”, y “seamos realistas, tener sexo con 3,000 hombres tiende a disminuir los sentimientos verdaderos”.

Opiniones sobre los elementos de disuasión de la prostitución

Tanto los HCS (91%) como los HNCS (88%) concordaron que el elemento de disuasión más eficaz para comprar sexo sería nombrar a los HCS en un registro de delincuentes sexuales, $\chi^2(1, N = 200) = 0.479, p = .489$. El siguiente elemento de disuasión fue el encarcelamiento (80% de HCS, 83% de HNCS, $\chi^2(1, N = 201) = 0.263$,

$p = .608$) y formas de exposición pública, tal como publicar su nombre o fotografía en una valla publicitaria (84% de HCS, 83% de HNCS, $\chi^2(1, N = 200) = 0.064, p = .800$), periódico, (82% de HCS, 85% de HNCS, $\chi^2(1, N = 201) = 0.292, p = .589$) o internet (84% de HCS, 85% de HNCS, $\chi^2(1, N = 201) = 0.027, p = .869$). La mayoría de ambos grupos consideró que penas más fuertes (70% de HCS, 81% de HNCS, $\chi^2(1, N = 201) = 3.122, p = .077$), el embargo del vehículo (71% de HCS, 82% de HNCS, $\chi^2(1, N = 201) = 3.219, p = .073$) y la suspensión de la licencia de conducción (73% de HCS, 84% de HNCS, $\chi^2(1, N = 198) = 3.595, p = .058$) eran elementos eficaces de disuasión.

Describieron el tiempo de cárcel y el tipo de multas que serían disuasivas para ellos. Para los HCS, cualquier cantidad de tiempo en la cárcel disuadiría a un 22%; varias horas a un 34%, 3 días disuadiría a un 71%, 3 semanas disuadiría a un 83% y un mes disuadiría a un 100%. Los HNCS dieron respuestas similares. Entre los HCS, una multa de \$50 USD sería suficiente para disuadir a un 17%, \$300 USD disuadiría a un 41%, \$500 USD disuadiría a un 66%, \$2,000 USD disuadiría a un 90% y \$4,500 USD disuadiría a un 100%. Las opiniones expresadas de los HNCS fueron similares.

Muchos entrevistados consideraron que las leyes en contra de la prostitución rara vez se hacen cumplir, y aun cuando se hacen cumplir consideran que estas tienen un impacto trivial para ellos. Solamente un 35% de los HCS dijo que había un 100% de probabilidad de que las penas legales por comprar sexo afectaran su conducta, comparado con un 55% de HNCS, $\chi^2(1, N = 194) = 7.52, p = .006$. La mayoría de los hombres (96% de HCS, 89% de HNCS) consideró que la prostitución nunca sería abolida, $\chi^2(1, N = 199) = 3.457, p = .063$.

Discusión

Comparamos una muestra comparable de 101 hombres que compran sexo y una cantidad igual de hombres que no compran sexo en varias actitudes y conductas, la mayoría de las cuales han sido empíricamente asociadas con mayor probabilidad a la agresión sexual. Encontramos que una mayor cantidad de éstas correlaciones entre hombres que compran sexo. Estos resultados son más consistentes con una comprensión sobre la prostitución entendida como agresión sexual que como trabajo sexual.

De acuerdo con investigaciones anteriores, no todos los factores asociados con agresión sexual diferenciaron a compradores de sexo con personas que no compran sexo. Es particularmente de notar el hecho de que no encontramos diferencias en la aceptación de mitos sobre violación. Esto podría ser el resultado de la existencia de moderados niveles de aceptación de mitos sobre violación no solo entre compradores de sexo arrestados (Monto & Hotaling, 2001), sino también entre muestras de la población en general (Burt, 1980), personas de edad universitaria (Banyard, 2008) y hombres de la comunidad (Widman, Olson, & Bolen, 2013). Como resultado de publicidad acerca de violación en general y mitos sobre violación en específico, podría haber una reticencia general a respaldar algunos mitos sobre violación, como la creencia de que a menos que se haya utilizado un arma para obligar a una mujer, no debería considerarse una violación. Podría ser necesario desarrollar evaluaciones actualizadas sobre las creencias acerca de la violación sexual.

No hubo diferencias entre los dos grupos en cuanto a variables que no presentan correlación con agresión sexual. Esto incluye creencias de que la mayoría de las mujeres son atraídas, engañadas o tratadas hacia la prostitución, de que casi todos los bares y clubes de striptease en Boston contratan a menores de edad, y creencias relacionadas a elementos disuasivos de la prostitución que serían eficaces (p.ej., el arresto y tiempo de encarcelamiento fueron considerados eficaces en contraste con el servicio comunitario y programas educativos, los cuales que fueron considerados ineficaces).

Es de destacar que los datos de este estudio corroboraron la mayoría de las diferencias entre los compradores de sexo y personas que no compran sexo pronosticadas por el Modelo de Confluencia de agresión sexual. Entre los hallazgos se incluyeron que los compradores de sexo tenían un número significativamente mayor de parejas sexuales, que había más probabilidad de que expresaran su preferencia por el sexo impersonal, que tenían una masculinidad hostil mayor, que declararon mayor propensión a cometer una violación y a tener un historial de agresión sexual mayor. Particularmente intrigante fue que según este estudio, se corrobora la predicción sobre la interacción entre la sexualidad impersonal y una alta hostilidad/agresividad que caracteriza a los compradores de sexo; es decir, un puntaje alto tanto en sexo impersonal como en hostilidad/agresividad describen con precisión a los hombres que compran sexo. Estos datos fueron consistentes

con otros hallazgos que correlacionan comprar sexo con cometer una violación (Monto & McRee, 2005; Heilman et al., 2014).

En hallazgos relacionados que sugieren la racionalización de la violación, los compradores de sexo en este estudio se inclinaron con más frecuencia a ver a las mujeres prostitutas como intrínsecamente diferentes a otras mujeres, y a negar la humanidad de las mujeres en prostitución. La deshumanización de las mujeres se ha asociado con un aumento en la agresión de los hombres (Greitemeyer & McLatchie, 2011; Rudman & Mescher, 2012).

También encontramos que los compradores de sexo evidencian menos empatía hacia las mujeres prostitutas que los hombres que no compran sexo. Un elemento clave en la empatía es la habilidad para identificar lo que otra persona está sintiendo (Elliott et al., 2011). Futuras investigaciones sobre hombres que compran sexo podría incluir mediciones generales tanto de narcisismo como de empatía (Grijalva et al., 2014, Wheeler et al., 2002).

Limitaciones de este estudio

Dadas las dificultades logísticas y el costo de obtener una muestra aleatoria de hombres que sean representativos de los compradores de sexo (Faugier & Cranfield, 1995; McKeganey & Barnard, 1996), nuestro procedimiento de muestreo representa un avance sobre los estudios que se basan solamente en datos de hombres que han sido arrestados por solicitar prostitución. Aún así, es posible que los hombres que responden a los avisos que solicitan la participación en investigaciones sobre actitudes sexuales difieran en formas desconocidas de la población en general de hombres, incluyendo a los compradores de sexo. Es posible que los compradores de sexo en este estudio hayan estado más dispuestos a revelar información acerca de sí mismos gracias a la ausencia de supervisión policial y a su anonimato. El acoso sexual físico y verbal a los entrevistadores probablemente no habría ocurrido en un programa auspiciado por la policía.

Gran parte de la información recopilada en este estudio se obtuvo por medio de las declaraciones de los entrevistados. Es probable que las respuestas de los participantes hayan estado influenciadas por su intención de responder en una forma socialmente

deseable con un conjunto de respuestas comunes (Crowne & Marlowe, 1964). En la medida en que operaba un conjunto de respuestas socialmente deseables, las respuestas de los hombres *minimizaban* el respaldo de fenómenos socialmente indeseables, tales como actitudes sexistas, declaraciones sobre violencia sexual, etc. Por lo anterior, consideramos que las cifras reportadas aquí podrían subestimar las actitudes y conductas que evaluamos.

Al considerar explicaciones alternativas de los hallazgos actuales, se podría sugerir que la razón por la cual se concluyó que los hombres que compran sexo son más parecidos a los hombres en riesgo de cometer agresión sexual que los hombres que no compran sexo, es que en el contexto actual donde la prostitución es ilegal, los hombres marginalizados y con conductas desviadas y/o más hostiles son los que se arriesgan a buscar mujeres en prostitución. Sin embargo, el hecho de que no encontramos diferencias en la variables no relacionadas con la agresión sexual es de una u otra forma inconsistente con tal explicación, ya que es de suponer que los hombres con conductas más “desviadas” generalmente difieren en una amplia variedad de medidas. En investigaciones futuras, la comparación entre hombres que compran sexo y hombres que no compran sexo en países donde la prostitución es legal, proporcionaría datos útiles, relevantes a este aspecto.

Implicaciones para políticas públicas

Hay una considerable evidencia de que las personas en prostitución experimentan la industria del sexo como una forma de agresión y explotación (Boyer, 2008; Dworkin, 2000; Miller & Schwartz, 1995). En este estudio, dicha perspectiva es validada por cuanto los hombres que compran sexo demostraron más actitudes y conductas sexualmente agresivas que los hombres que no compran sexo.

Se ha recomendado la reducción o eliminación del uso por parte de los hombres de mujeres en prostitución, basado en el rol de la demanda de prostitución por parte de los hombres, en la promoción de trata para fines de explotación sexual (Raymond, 2004; U.S. Department of State, 2005; Waltman, 2011a). Aunque una discusión detallada sobre los enfoques legales con respecto a la prostitución excede el alcance de este documento, encontramos que el enfoque abolicionista de la ley Sueca difiere significativamente de los planteamientos más conocidos relacionados con la criminalización, la

descriminalización o legalización de la prostitución⁴. La ley Sueca (a) descriminaliza a la persona que vende sexo o está siendo vendida en la prostitución, (b) criminaliza al comprador de sexo y (c) financia servicios sociales para salir de la prostitución. Las evaluaciones de este enfoque sugieren que ha logrado reducir significativamente la trata (Waltman, 2011b, 2014).

Tal como lo sugieren este y otros estudios, reducir la demanda de prostitución por parte de los hombres podría tener consecuencias sociales positivas más amplias. Luego de encontrar que en cinco culturas diversas el comprar sexo está asociado con perpetrar violaciones, Heilman et al. (2014) concluyó que “es crítico dedicar recursos y esfuerzos a programas que aborden directamente los asuntos de poder, normas de género, autorogación de derechos," y sexismo...”.

Notas

¹ La Ley de Protección a Víctimas de Trata de Personas define la trata de personas como “El reclutamiento, [incitación,] albergue, transporte, provisión u obtención de una persona con fines de un acto sexual comercial” (Código de Estados Unidos, 2012). La prostitución generalmente se ajusta a la definición legal de trata de personas en que el proxenetismo de una persona prostituida no se puede diferenciar de delitos idénticos cometidos en la trata de personas. Refiriéndose a la imposibilidad de diferenciar entre la prostitución y la trata de personas en el mundo real, el Relator Especial sobre Trata de Personas de las Naciones Unidas señaló que la prostitución, de la forma en que se practica, “generalmente satisface los elementos de la trata de personas” (Comisión sobre Derechos Humanos del Consejo Económico y Social de las Naciones Unidas, 2006). De acuerdo a 18 estimaciones en 10 países, la mayoría de las personas prostituidas están controladas por padrotes o son víctimas de la trata de personas (84%, entre 50% y 99%, con 14 de las 18 estimaciones entre 80% y 90%) (Farley, Franzblau, & Kennedy, 2014).

² La producción de pornografía es generalmente prostitución filmada. La pornografía se podría ajustar a la definición legal de trata en la medida que el pornógrafo recluta, incita u obtiene a las personas mostradas en la pornografía con el fin de fotografiar actos sexuales comerciales.

³ El acoso sexual se define como “insinuaciones sexuales indeseadas, solicitudes de favores sexuales y otras conductas verbales o físicas de naturaleza sexual que tienden a crear un ambiente laboral hostil u ofensivo”. Tanto los compradores de sexo como los hombres que no compran sexo acosaron a los entrevistadores; por ejemplo decían, “¿te excitan estas preguntas?”. El acoso de los hombres que no compran sexo incluyeron hacer preguntas personales inapropiadas tales como preguntar por dónde vivía la/el entrevistador(a) o llamarle “nena/e” o “querida/o”. Otro acoso sexual de un hombre que no compra sexo fue su comentario sobre su retraso para la entrevista porque estaba ocupado teniendo relaciones sexuales con su esposa. El acoso sexual de los compradores de sexo fue más frecuente y más extremo; algunas veces los entrevistados trataron a las entrevistadoras de la misma forma en que tratan a las mujeres prostituidas. Por ejemplo, se les preguntó a las entrevistadoras cómo

se masturbaban y un entrevistado les describió su “verga grande”. Una entrevistadora comentó: “Me comparó diciendo que le gustaría que las prostitutas se vean como yo”. Él dijo: “Como tú, una chica estereotípica para fantasear”. Varios compradores de sexo propusieron a varios entrevistadores tener sexo. Una entrevistadora escribió en sus notas: “Me hizo sentir incómoda varias veces al mirarme fijo de una cierta forma y también cuando dijo que le gustaba usar su memoria y pensar en alguien que le atraía como pornografía para él mismo”.

⁴ Para una discusión sobre la evidencia empírica y legal relacionada con la prostitución descriminalizada, ver Waltman, 2014.

Esta investigación fue financiada por el Hunt Alternatives Fund. Lina Nealon fue la coordinadora de proyecto. Angel Daniels manejó y supervisó la recopilación y resumen de datos.

Referencias

- Abbey, A., Jacques-Tiura, A.J., & LeBreton, J.M. (2011). Risk factors for sexual aggression in young men: An expansion of the Confluence Model *Aggressive Behavior*, 37, 450–464.
- Abbey, A., Parkhill, M. R., BeShears, R., Clinton-Sherrod, A. M., & Zawacki, T. (2006). Cross-sectional predictors of sexual assault perpetration in a community sample of single African American and Caucasian men. *Aggressive Behavior*, 32, 54-67.
- Abramovich, E. (2005). Childhood sexual abuse as a risk factor for subsequent involvement in sex work: A review of empirical findings. *Journal of Psychology and Human Sexuality*, 17, 131-146.
- American Psychological Association (2010). *Report of the APA Task Force on the sexualization of girls*. Retrieved from <http://www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf>
- Anderson, B., & O'Connell-Davidson, J. (2003). *Is trafficking in human beings demand driven? A multi-country pilot study*. Geneva: International Organization for Migration.
- Banyard, V. L. (2008). Measurement and correlates of prosocial bystander behavior: The case of interpersonal violence. *Violence and Victims*, 23, 83-97. doi: 10.1891/0886-6708.23.1.83
- Blevins, K.R., & Holt, T.J. (2009). Examining the virtual subculture of johns. *Journal of Cotemporary Ethnography* 38, 619-648.
- Boyer, D. (2008). *Who pays the price? Assessment of youth involvement in prostitution in Seattle*. Seattle: Human Services Department, Domestic Violence and Sexual Assault Prevention Division.
- Burt, M. R. (1980). Cultural myths and support for rape. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 217-230.
- Carroll, J. S., Padilla-Walker, L. M., Nelson, L. J., Olson, C. D., Barry, C. M., & Madsen, S. D. (2008). Generation XXX: Pornography acceptance and use among emerging adults. *Journal of Adolescent Research*, 23, 6-30.
- Cotton, A., Farley, M., & Baron, R. (2002). Attitudes toward prostitution and acceptance of rape myths. *Journal of Applied Social Psychology*, 32, 1790-1796.
- Crowne, D. P., & Marlowe, D. (1964). *The approval motive: Studies in evaluative dependence*. New York: John Wiley.
- Dean, K. & Malamuth, N.M. (1997). Characteristics of men who aggress sexually and of men who imagine aggressing: Risk and moderating variables. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 449-455.
- Decker, M. R., Seage, G. R., III, Hemenway, D., Gupta, J., Raj, A., & Silverman, J. G. (2009). Intimate partner violence perpetration, standard and gendered STI/HIV risk behaviour, and STI/HIV diagnosis among a clinic-based sample of men. *Sexually Transmitted Infections*, 85, 555-560.

- Deer, S. (2010). Relocation revisited: Sex trafficking of Native women in the United States. *William Mitchell Law Review*, 36, 621-682.
- DeGue, S., & DiLillo, D. (2005). "You would if you loved me": Toward an improved conceptual and etiological understanding of male sexual coercion. *Aggression and Violent Behavior*, 10, 513-532
- Dhaliwal, G. K., Gauzas, L., Antonowicz, D. H., & Ross, R. R. (1996). Adult male survivors of childhood sexual abuse: Prevalence, sexual abuse characteristics, and long-term effects. *Clinical Psychology Review*, 16, 619-639.
- Di Nicola, A., Cuaduro, A. Lombardi, M., & Ruspini, P. (Eds.). (2009). *Prostitution and human trafficking: Focus on clients*. New York: Springer.
- Dworkin, A. (2000) Against the male flood: Censorship, pornography, and equality. In D. Cornell (Ed.), *Oxford readings in feminism: Feminism and pornography* (pp 19-38). Oxford: Oxford University Press.
- Elliott, R., Bohart, A. C., Watson, J.C., & Greenberg, L. S. (2011). Empathy. *Psychotherapy*, 48, 43-49. doi: [10.1037/a0022187](https://doi.org/10.1037/a0022187)
- Farley, M., Cotton, A., Lynne, J., Zumbach, S., Spiwak, F., Reyes, M. E., . . . Sezgin, U. (2003). Prostitution
- Farley, M., Franzblau, K., & Kennedy, A. E. (2014). Online prostitution and trafficking. *Albany Law Review*, 77, 1039-1094.
- Farley, M., Macleod, J., Anderson, L., & Golding, J. M. (2011). Attitudes and social characteristics of men who buy sex in Scotland. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 3/4, 369-383.
- Faugier, J., & Cranfield, S. (1995). Reaching male clients of female prostitutes: The challenge for HIV prevention. *AIDS Care: Psychological and Socio-Medical Aspects of AIDS/HIV*, 7, 21-32.
- Flood, M., & Pease, B. (2009). Factors influencing attitudes to violence against women. *Trauma, Violence, and Abuse*, 10, 125-142.
- Greitemeyer, T. & McLatchie, N. (2011). Denying humanness to others: A newly discovered mechanism by which violent video games increase aggressive behavior. *Psychological Science*, 22, 1-7. doi: [10.1177/0956797611403320](https://doi.org/10.1177/0956797611403320).
- Grijalva, E., Newman, D. A., Tay, L., Donnellan, M. B., Harms, P. D., Robins, R. W., & Yan, T. (2015). Gender differences in narcissism: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 141, 261-310. doi: [10.1037/a0038231](https://doi.org/10.1037/a0038231)
- Haslam, N., Loughnan, S., Reynolds, C., & Wilson, S. (2007). Dehumanization: A new perspective. *Social and Personality Psychology Compass*, 1, 409-422.
- Heilman, B., Herbert, L., & Paul-Gera, N. (2014). *The making of sexual violence: How does a boy grow up to commit rape? Evidence from five IMAGES countries*. Washington, DC: International Center for Research on Women (ICRW) and Washington, DC: Promundo. Retrieved from: <http://www.icrw.org/files/publications/The%20Making%20Of%20Sexual%20Violence%20-%20June%202014%20-%20WEB%20PREVIEW.pdf>
- Jenness, V. (1990). From sex as sin to sex as work: COYOTE and the reorganization of prostitution as a social problem. *Social Problems*, 37, 403
- Jewkes, R., Dunkle, K., Koss, M. P., Levin, J. B., Nduna, M., Jama, N., & Sikweyiya, Y. (2006). Rape perpetration by young, rural South African men: Prevalence, patterns and risk factors. *Social Science & Medicine*, 63, 2949-2961.
- Klein, C., Kennedy, M. A., & Gorzalka, B. B. (2009). Rape myth acceptance in men who completed the prostitution offender program of British Columbia. *International Journal of Offender Therapy & Comparative Criminology*, 53, 305-315.
- Koss, M. P., & Cleveland, H. H. (1997). Stepping on toes: Social roots of date rape lead to intractability and politicization. In M. D. Schwartz (Ed.), *Researching sexual violence against women: Methodological and personal perspectives* (pp. 4-21). London: Sage.

- Koss, M.P., & Dinero, T.E. (1988). Predictors of sexual aggression among a national sample of male college students. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 528, 133-147.
- Koss, M. P., & Oros, C. J. (1982). Sexual Experiences Survey: A research instrument investigating sexual aggression and victimization. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 50, 455-457.
- Kramer, L. (2003). Emotional experiences of performing prostitution. *Journal of Trauma Practice*, 2, 187-198.
- LeBreton, J. M., Baysinger, M., Abbey, A., & Jacques-Tiura, A. J. (2013). The relative importance of psychopathy-related traits in predicting impersonal sex and hostile masculinity. *Personality and Individual Differences*, 55, 817-822
- Leidholdt, D. (1993). Prostitution: A violation of women's human rights. *Cardozo Women's Law Journal*, 1, 133-147.
- Leigh, C. (1997). Inventing sex work. In J. Nagel (Ed.), *Whores and other feminists* (pp. 226-231). New York: Routledge.
- Levant, R., Richmond, K., Majors, I., Inclan, J. E., Rosello, J. M., Heesacker, M., Rowan, G.T., Sellers, A. (2003). A multicultural investigation of masculinity, ideology, and alexithymia. *Psychology of Men and Masculinity*, 4, 91-99
- Lisak, D., & Ivan, C. (1995). Deficits in intimacy and empathy in sexually aggressive men. *Journal of Interpersonal Violence*, 10, 296-308.
- Logan-Greene, P., & Davis, K.C. (2011). Latent profiles of risk among a community sample of men: Implications for sexual aggression. *Journal of Interpersonal Violence*, 26, 1463-1477.
- Lonsway, K., & Fitzgerald, L.F. (1994). Rape myths: In review. *Psychology of Women Quarterly*, 18, 133-164.
- Malamuth, N. M. (1981). Rape proclivity among males. *Journal of Social Issues*, 37, 138-157.
- Malamuth (2003). Criminal and non-criminal sexual aggressors: Integrating psychopathy in a hierarchical-mediational confluence model. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 989, 33-58.
- Malamuth, N.M. & Hald, G.M. (in press). The Confluence Mediation Model of sexual aggression. In T. Ward & A. Beech (Eds.) *Theories of sexual aggression*. New York: Wiley.
- Malamuth, N. M., Hald, G. M., & Koss, M. (2012). Pornography, individual differences in risk and men's acceptance of violence against women in a representative sample. *Sex Roles*, 66, 427-439.
- Malamuth, N. M., Linz D., Heavey, C. L., Barnes, G., & Acker, M. (1995). Using the Confluence Model of sexual aggression to predict men's conflict with women: A 10-Year Follow-Up Study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 353-369.
- Malamuth, N. M., Sockloskie, R. J., Koss, M. P., & Tanaka, J. S. (1991). Characteristics of aggressors against women: Testing a model using a national sample of college students. *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 59: 670-681.
- McKeganey, N., & Barnard, M. (1996). *Sex work on the streets: Prostitutes and their clients*. Berkshire: Open University Press.
- Metro Boston Data Common (2010) *Population by Race/Ethnicity for 2000 and 2010*. Retrieved from <http://metro.boston.datacommon.org/datasets/fc9cb690-93f1-4d9a-bad9-b3283aedba8c>
- Miller, J., & Schwartz, M. D. (1995). Rape myths and violence against street prostitutes, *Deviant Behavior*, 16, 1-23.
- Milrod, C., & Monto, M. (2012). The hobbyist and the girlfriend experience: Behaviors and preferences of male customers of Internet sexual service providers. *Deviant Behavior*, 33, 792-810.

- Milrod, C. & Weitzer, R. (2012). The intimacy prism: Emotion management among the clients of escorts. *Men and Masculinities, 15*, 447-467. doi: 10.1177/1097184X12452148
- Monto, M. A., & Hotaling, N. (2001). Rape myth acceptance among the male clients of female street prostitutes. *Violence Against Women, 7*, 275-293.
- Monto, M. A., & McRee, N. (2005). A comparison of the male customers of female street prostitutes with national samples of men. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology, 49*, 505-529.
- Monto, M.A., & Milrod, C. (2014). Ordinary or peculiar men? Comparing the customers of prostitutes with a nationally representative sample of men. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology, 58*, 802-820.
- Murnen, S.K., Wright, C., & Koluzny, G. (2002). If “boys will be boys,” then girls will be victims? A meta-analytic review of the research that relates masculine ideology to sexual aggression. *Sex Roles, 46*, 359-375.
- O’Connell-Davidson, J. (1998). *Prostitution, power and freedom*. Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Payne, D. L., Lonsway, K. A., & Fitzgerald, L. F. (1999). Rape myth acceptance: Exploration of its structure and its measurement using the Illinois Rape Myth Acceptance Scale. *Journal of Research in Personality, 33*, 27-68.
- Perkins, D. L. (1991). *Working girls: Prostitutes, their life and social control*. Canberra: Australian Institute of Criminology.
- Raj, A., Reed, E., Welles, S. L., Santana, M. C., & Silverman, J. G. (2008). Intimate partner violence perpetration, risky sexual behavior, and STI/HIV diagnosis among heterosexual African American men. *American Journal of Men’s Health, 2*, 291-295.
- Raymond, J. G. (2004). Prostitution on demand: Legalizing the buyers as sexual consumers. *Violence Against Women, 10*, 1156-1186.
- Rudman, L. & Mescher, K. (2012). Of animals and objects: Men's implicit dehumanization of women and likelihood of sexual aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin, 38*, 734-746.
- Schmidt, Megan A. (2003). Attitudes toward prostitution and self-reported sexual violence in college men (Doctoral dissertation, Pacific University). Retrieved from <http://commons.pacificu.edu/spp/673>
- Shively, M., Kliorys, K., Wheeler, K., & Hunt, D. (2012). *A national overview of prostitution and sex trafficking demand reduction efforts*. (Document no. 238796). Retrieved from National Criminal Justice Reference Service website: <https://www.ncjrs.gov/pdffiles1/nij/grants/238796.pdf>
- Silbert, M.H., & Pines, A.M. (1982). Victimization of street prostitutes. *Victimology: An International Journal, 7*, 122-133.
- Silbert, M. H. & Pines, A. M. (1983). Early sexual exploitation as an influence in prostitution. *Social Work, 28*, 285-289.
- Thomas, T. A., & Fremouw, W. (2009). Moderating variables of the sexual “victim to offender” cycle in males. *Aggression and Violent Behavior, 14*, 382-387.
- Truman, D. M., Tokar, D. M., & Fischer, A. R. (1996). Dimensions of masculinity: Relations to date rape, supportive attitudes, and sexual aggression in dating situations. *Journal of Counseling and Development, 74*, 555-562.
- United Nations Economic and Social Council of the Commission on Human Rights (2006). *Integration of the human rights of women and a gender perspective. Report of the Special Rapporteur on the human rights aspects of the victims of trafficking in persons, especially women and children (Sigma Huda)*. Retrieved from <http://www.refworld.org/topic,50ffbbe582,50ffbbe5121,48abd53dd,0,UNCHR,THEMREPORT,.html>

- U.S. Census Bureau (2000). *Census 2000 data for the state of Massachusetts*. Retrieved from <https://www.census.gov/census2000/states/ma.html>
- U.S. Code (2012) Trafficking Victims Protection Act. Chapter 22:7102 (9). Washington, D.C. Retrieved from <http://uscode.house.gov/view.xhtml?req=granuleid:USC-prelim-title22-section7102&num=0&edition=prelim>
- U.S. Department of State (2005). *Trafficking in persons report*. Washington, DC. Retrieved from <http://www.state.gov/documents/organization/47255.pdf>
- Vogel, B. L. (2000). Correlates of pre-college males' sexual aggression: Attitudes, beliefs and behavior. *Women and Criminal Justice, 11*, 25-47.
- Waltman, M. (2011a). Prohibiting sex purchasing and ending trafficking: The Swedish prostitution law. *Michigan Journal of International Law, 33*, 133-157.
- Waltman, M. (2011b). Sweden's prohibition of purchase of sex: The law's reasons, impact, and potential. *Women's Studies International Forum, 5*, 449-474.
- Waltman, M. (2014). Assessing arguments, evidence, and inequality in *Bedford v. Canada*. *Harvard Journal of Law and Gender, 37*, 459-544.
- Wheeler, J. G., George, W. H., & Dahl, B. J. (2002). Sexually aggressive college males: Empathy as a moderator in the "confluence model" of sexual aggression. *Personality and Individual Differences, 33*, 759-775.
- Widman, L., Olson, M. A., & Bolen, R. M. (2013). Self-reported sexual assault in convicted sexual offenders and community men. *Journal of Interpersonal Violence, 28*, 1519-1536.
- Xantidis, L., & McCabe, M. P. (2000). Personality characteristics of male clients of female commercial sex workers in Australia. *Archives of Sexual Behavior, 29*, 165-176.
- Zurbriggen, E. (2002). Sexual objectification by research participants: Recent experiences and strategies for coping. *Feminism & Psychology, 12*, 261-268.