



Etnografía de la masculinidad en el comercio sexual de Punta Arenas

Ethnography of masculinity in Punta Arenas sex trade

Sebastián Villa Ormeño

Universidad Austral de Chile (Valdivia, Chile) sevilla@gmail.com

Resumen

El artículo presenta tres aspectos metodológicos relacionados con el estudio de masculinidades dentro de espacios de comercio sexual: limitantes etnográficas, la relación investigador-investigado y el posicionamiento ético del investigador. Dichos aspectos se enmarcan en la realización del trabajo etnográfico realizado en establecimientos de comercio sexual, teniendo como objeto de estudio los clientes varones de la ciudad de Punta Arenas. Bajo la premisa de que el cuerpo del investigador es una herramienta metodológica que está constituida por una “esencia de género”, la cual no se puede desprender, los resultados de este artículo establecen la imposibilidad del etnógrafo de ser un sujeto sexualmente neutral (dentro del trabajo de campo en el comercio sexual), obligando a que el investigador realice una reflexión ética que fije sus propios límites eróticos y sexuales respecto a lo estudiado. El propósito de este texto es brindarle al lector algunas directrices para dicha reflexión, comprendiendo que el posicionamiento ético y grado de involucramiento que establezca el investigador con sus informantes y con quienes interactúan (como las trabajadoras sexuales), influirá directamente en los resultados que se obtenga.

Palabras clave: etnografía, sexualidad, masculinidad, comercio sexual, Punta Arenas.

Abstract

The article presents three methodological aspects regarding the study of masculinities inserted in sex trade establishments: ethnographic limitations, the relationship between researcher and researched, and the erotic stance of the researcher. These aspects are inserted in the ethnographic work performed in sex trade establishments, during which male customers in Punta Arenas were the objects of study. Under the basis of considering the body of the researcher as a methodological tool constituted by an unavoidable “essence of gender”, the results of this article state the impossibility for the ethnographer to become a sexually neutral subject within fieldwork in sex trade, forcing the researcher to undergo an ethical reflection to set self-imposed sexual and erotic boundaries regarding his/her research. The purpose of this article is to provide guidance for such reflections, under the premise that the ethical positioning of the researcher and the level of involvement of the researcher both with their reporting subjects and their interactions with sex workers will directly influence the results of the research.

Key words: ethnography, sexuality, masculinity, sex trade, Punta Arenas.



INTRODUCCION

A pesar de que la disciplina antropológica -a lo largo de su historia- se ha propuesto estudiar la cultura y el hombre, situar a lo masculino como categoría de análisis es más bien reciente (Gutmann, 1998). Es por lo anterior que una de las razones que motivaron la realización de este estudio etnográfico fue, por una parte, la particularidad del enfoque desde lo masculino, pues se entiende que en las sociedades contemporáneas el consumo de comercio sexual por parte de la población masculina es uno de los indicadores más representativos de vivir y sentir la sexualidad que se constituye en virilidad y que se tiende a presumir delante de pares masculinos, conformando estos espacios como significativos para la construcción de masculinidad (Gómez-Suarez y Verdugo-Mates, 2015). Por otra parte, la falta de indagación antropológica sobre la relación entre hombres y trabajadoras sexuales en contextos de comercio sexual¹ (Gutmann, 1998). En las últimas décadas han surgido investigaciones dentro de Iberoamérica -especialmente España, Brasil y Argentina-, pero se desconocen estudios sobre la Patagonia austral chilena.

El presente texto reflexiona, a partir de la realización de un trabajo de campo, sobre la influencia del consumo de servicios sexuales de mujeres en la construcción de masculinidad de clientes hombres heterosexuales de la ciudad de Punta Arenas, Chile. La etnografía -mediante el uso de observación participante y entrevistas en profundidad- fue realizada durante los meses de junio del 2017 a enero del 2018. Durante el transcurso de aquel estudio, la experiencia etnográfica reflejó algunas apreciaciones metodológicas respecto a la relación del estudio de masculinidades y comercio sexual que resultaron necesarias de considerar en el transcurso de la investigación.

El marco de estudio está basado en los aportes brindados por la antropología del género -principalmente en los estudios sobre antropología de la masculinidad- y la antropología de la sexualidad. En lo que respecta a la antropología del género, se entiende esta perspectiva como el análisis del conjunto de ideas, representaciones, prácticas y prescripciones sociales que una cultura desarrolla desde la diferenciación sexual, lo que simboliza y construye socialmente lo que es propio de hombres (lo masculino) y lo propio de las mujeres (lo femenino) (Lamas, 2000). Los estudios antropológicos de masculinidad se caracterizan por otorgar un nuevo campo de análisis, situando a los hombres como sujetos con género y que otorgan género, investigando hechos relacionados exclusivamente con varones (Gutmann, 1998). La antropología de la sexualidad propone mostrar las relaciones entre los significados que dan los sistemas culturales y sociales a la sexualidad y el poder del sistema político y económico en que se sustenta (Nieto, 2003).

En lo que refiere a la metodología, el trabajo de campo se basa en un estudio exploratorio de carácter cualitativo con enfoque etnográfico que abordó la construcción de masculinidad en torno al comercio sexual en hombres heterosexuales entre 18 a 65 años que asisten o hayan asistido de forma frecuente a *night clubs*, *shoperías* (bar) o *privado clandestino* (Lastra, 1997)². En lo que respecta a las técnicas de

¹ Para efectos de este artículo, se utilizará el concepto de comercio sexual, pues se entiende a la industria sexual como un campo laboral como cualquier otro, además de estar exento de connotaciones morales, éticas y sociales que puedan transformarse en un estigma o discriminación (Skewes, 1985); y a quienes ejercen este trabajo como trabajadora sexual, teniendo como premisa que las «prostitutas» son mujeres que ponen a disposición de un empleador su fuerza de trabajo en diferentes condiciones.

² De acuerdo a lo recabado en la investigación etnográfica, estas tres modalidades de comercio sexual del tipo cerrado poseen características particulares: mientras en el *night club* se concretan servicios sexuales en total secreto dentro en las instalaciones del lugar; en el *privado clandestino* se ejerce el trabajo sexual bajo total ilegalidad en recintos residenciales; en tanto, en las



recolección de información, se empleó la observación etnográfica con el propósito de registrar las prácticas de hombres que frecuentan aquellos recintos, privilegiando las interacciones que surgen entre sus congéneres y trabajadoras sexuales. Por otra parte, se utilizó la entrevista en profundidad con el fin de comprender los significados en torno al fenómeno, dando énfasis en los resguardos éticos que implica una investigación, sustentados por el derecho a la confidencialidad, devolución de información y anonimato.

De acuerdo con lo anterior, se reflexiona teórica y metodológicamente sobre las implicancias de la práctica etnográfica en establecimientos de comercio sexual, abordando como objeto de estudio a los varones que asisten a estos. Así, los objetivos son, en primer lugar, reflexionar sobre las dificultades, limitantes y desafíos metodológicos que se presentan a la hora de investigar este ámbito; en segundo lugar, describir la percepción de los varones informantes al sumarse a un estudio de estas características y su relación con el investigador; y, en tercer lugar, definir el posicionamiento ético que el investigador inevitablemente debe reflexionar.

MARCO TEÓRICO

Género como categoría de análisis, estudios de masculinidades y masculinidad(es)

El concepto de género³ se puede definir como “el conjunto de prácticas, creencias, representaciones y prescripciones sociales que surgen entre los integrantes de un grupo humano en función de una simbolización de la diferencia anatómica entre hombres y mujeres” (Lamas 2000: 3). Esta clasificación cultural no solo define la división del trabajo, las prácticas rituales o el ejercicio del poder, sino también permite que se le atribuyan características exclusivas a uno y otro sexo en aspectos de psicología, afectividad y moral (Lamas, 2000). Esto abre la posibilidad de plantear que hombres y mujeres no tienen esencias que deriven de la biología o de lo natural, sino que son construcciones simbólicas que pertenecen al orden del lenguaje y las representaciones, lo que significa romper con el determinismo biológico y dar paso al cuestionamiento de las nociones tradicionales de los sexos (Bourdieu en Lamas, 2000).

A partir de aquella definición, existe una fractura entre el binomio de sexo-género: mientras el *sexo* se comprende desde el carácter puramente natural y biológico, el *género* se sitúa como lo construido cultural, social e históricamente. Empero, también se distingue al *sexo* como *sexualidad* o una *práctica erótica*, deviniendo con ello el surgimiento del concepto de *identidad sexual*, definida como elección del objeto de deseo y un *rol sexual* definida como “una serie de prescripciones culturales y expectativas respecto a lo que es apropiado para un hombre y mujer en cuanto a su deseo y comportamiento erótico” (Osborne y Molina 2008: 147).

shoperías, los servicios sexuales se pueden producir afuera del establecimientos dependiendo exclusivamente de la mujer trabajadora.

³ En este marco teórico se aborda la perspectiva de dos géneros: masculino y femenino, sin embargo, los estudios culturales sobre lesbianismo y homosexualidad han investigado sobre otros individuos que no pueden ser categorizadas por su orientación sexual y que no son considerados ni hombres ni mujeres, lo que ha originado la expresión «tercer género» (Gutmann, 1998). Respecto a ello, la antropología del género tiene exhaustivos estudios sobre *Dos Espíritus* en América del Norte, los *Ihamana* de los *zuñi* o los *Hjras* del sur de la India (Weston, 2003). Sin embargo, dada el contexto «occidental» y naturaleza de esta investigación, se considerará la perspectiva de género de carácter binario.



Como consecuencia de los cursos de teoría del género y feminista impartidos en universidades estadounidenses, se desarrollaron los estudios de masculinidades que, posteriormente en la década de 1970, se materializarían en lo que se denomina *Men's Studies*. Estos estudios sobre el varón consistían en “dejar de lado al hombre como representante general de la humanidad y adoptar el estudio de la masculinidad y las experiencias de los hombres como específicas de cada formación socio-histórico-cultural” (Minello 2002a: 12), esto apoyado en el uso de género como categoría de análisis para estudiar las relaciones de desigualdad sexual y diferencia entre hombres y mujeres a través del análisis de la identidad y crisis de la masculinidad (Hernández, 2008). La dicotomía entre masculino-femenino y la utilización del género como categoría de análisis también llevaron a que la antropología estudiara lo masculino. En este sentido, los sujetos con género y que otorgan género es lo que constituye la antropología de masculinidad (Gutmann, 1998).

En lo que respecta a la definición de masculinidad, por una parte, Connell (1997) identifica tres definiciones sobre el concepto dependiendo de ciertos enfoques epistemológicos: la esencialista (lo que los hombres empíricamente son), la normativa (los que los hombres deberían ser) y la semiótica (masculinidad como no-femineidad). Por otra parte, de acuerdo con Gutmann (1998), la masculinidad se puede definir de cuatro maneras: primero, cualquier cosa que los hombres piensen y hagan; segundo, todo lo que los hombres piensen y hagan para ser hombres; tercero, algunos hombres son considerados más hombres; y, cuarto, es cualquier cosa que no sean las mujeres, lo femenino. Para Kimmel, la masculinidad tiene como núcleo central la antifemineidad, por lo que el ser varón “se define más por lo que uno no es, que por lo que se es” (1997: 4). De cualquier manera, las investigaciones de esta área llegan al amplio acuerdo de que la masculinidad es “una construcción cultural que se reproduce socialmente y que, por tanto, no se puede definir fuera del contexto socioeconómico, cultural e histórico en que están insertos los varones” (Olavarría 2000: 11). Es decir, al igual que la femineidad, la masculinidad posee significados distintos para diferentes personas, al ser construidas culturalmente a través de un proceso histórico.

Cabe señalar que, antes de la década de los noventa, era habitual dentro de los estudios del área referirse al concepto como *masculinidad*, siendo gradualmente reemplazado por *masculinidades* reconociendo así “la diversidad de experiencias de los hombres y los riesgos de una perspectiva esencialista que englobe a todos los hombres en una sola identidad” (Hernández 2008: 234). Al respecto, Kaufman señala que no existe una sola masculinidad, sino muchos discursos sobre masculinidad que son en base a poder social, pero “el poder colectivo de los hombres no solo radica en instituciones y estructuras abstractas, sino también en las formas de interiorizar, individualizar, encarnar y reproducir estas instituciones, estructuras y conceptualizaciones del poder masculino” (1994: 3), existiendo un modelo de masculinidad que predomina culturalmente sobre otros. Este discurso sobre masculinidad es lo que Connell llama *masculinidad hegemónica*, la cual se puede definir como: “la configuración de práctica genérica que encarna la respuesta corrientemente aceptada al problema de la legitimidad del patriarcado, la que garantiza -o se toma para garantizar- la posición dominante de los hombres y la subordinación de las mujeres” (1997: 12).

Sexualidad masculina y etnografía sexual

Connell (en Minello, 2002b) sostiene que la masculinidad se debe estudiar a partir de los espacios y las prácticas de los mismos varones. Para ello, toma dos consideraciones metodológicas: primero, las



masculinidades no pueden desligarse del contexto institucional en que se enmarcan (Estado, mercado de trabajo y la familia); y, en segundo lugar, las masculinidades no pueden ser vistas separadamente de la sexualidad, pues esta última es una dimensión esencial en la construcción de género, donde se relacionan dos aspectos importantes: supone la existencia de un cuerpo y es, en sí misma, una práctica social.

En este sentido, la sexualidad se puede entender como “la construcción social y simbólica en torno a la capacidad que tienen los humanos de derivar placer de sus cuerpos sexuados a partir de la pulsión que lleva a buscar la satisfacción sexual” (Lamadrid y Muñoz en Donoso y Matus 2000: 142). Adicionalmente, para Kaufman y Horowitz: “la sexualidad es simplemente la capacidad que tienen los humanos de derivar placer del cuerpo. La forma que tome la sexualidad del niño y el adulto es producto de una madurez biológica y de la evolución histórica dentro del medio social y el medio natural” (1989: 69).

Sin embargo, a pesar que la sexualidad y el ejercicio de ella es una construcción social y simbólica, a través de un “prolongado trabajo colectivo de socialización de lo biológico y de la biologización de lo social” (Bourdieu 2000: 6), surgió un discurso que da por natural la división arbitraria de los sexos y los mandatos del referente de masculinidad dominante, lo que resulta en una invisibilización del poder de los varones sobre las mujeres y de los hombres sobre los otros (Kimmel 1997; Connell 1997; Olavarría 2001). Es así como, sustentado en un modelo de masculinidad dominante que se perfila ante los otros discursos, no solo se construye como opuesto a maneras distintas de entender la sexualidad masculina y a las mujeres, sino a través de un esencialismo que argumenta, por un lado, lo biológico y, por otro lado, la propia relación de dominación.

Por esa razón, la relación de dominación masculina no es evidente, ya que -en palabras de Bourdieu (2000)- la visión androcéntrica se impone como neutra y no siente la necesidad de enunciarse en discursos capaces de legitimarla. Es decir, el desafío que implica el estudio de la sexualidad masculina es conflictuar y desentramar relaciones sociales que parecen naturalizadas debido a que: “Cuando los dominados aplican a lo que les domina unos esquemas que son el producto de la dominación, o, en otras palabras, cuando sus pensamientos y sus percepciones están estructurados de acuerdo con las propias estructuras de la relación de dominación que se les ha impuesto, sus actos de conocimiento son, inevitablemente, unos actos de reconocimiento, de sumisión” (Bourdieu 2000: 14).

Si bien la etnografía se interesó en el estudio de la sexualidad desde sus comienzos, surgieron una serie de barreras que impidieron su desarrollo. Entre los años 1920 hasta 1990, la conjugación de investigación antropológica y estudios sobre sexualidad fueron eclipsados por el debate político anti-sexual imperante en aquellos tiempos, lo que significó que muchos de estas investigaciones fueran marginadas o poco difundidas por las instituciones universitarias (Nieto, 2003). Así, el «modelo de influjo cultural» se mantuvo como paradigma dentro de la antropología hasta fines del siglo XX. Este modelo estaba arraigado en el esencialismo biológico, estableciendo que la sexualidad era un ámbito inseparable e inherente a la biología dejando así a la cultura en un segundo plano. La obstinación de que la perspectiva biomédica de la sexualidad era la única interpretación válida, también perjudicó el trabajo de campo haciendo imperante el carácter asexual del etnógrafo en estudios sobre sexualidad y -bajo la creencia de que la sexualidad era un ámbito que solo debía ser abordada por la medicina- fue evitada por la antropología. En este sentido, se establecen cinco razones del silenciamiento de la disciplina respecto al estudio de experiencias sexuales (Kulick y Wilson en Nieto, 2003): (1) el hecho de que la observación es un acto objetivo, dando por entendido que la objetividad anula la sexualidad; (2) el rechazo a las narrativas



personales, autocensurando los conceptos relacionados con genitalidad y sexualidad; (3) el factor protestante y su postura sobre la sexualidad, que en Latinoamérica está ligado al catolicismo y la postura conservadora antisexo; (4) el poder colonial y su postura racista⁴ y (5) el fortalecimiento de la heterosexualidad y la marginación de estudios sobre homosexualidad donde, solo por el hecho de estudiar aquella área, era señal para tachar al investigador con falta de prestigio y reconocimiento académico.

A partir de 1990, la antropología se distancia gradualmente de las posturas deterministas y esencialistas propias de la biomedicina debido a dos aspectos: primero, el salto de la biología a la cultura en la interpretación de la sexualidad, producto de la «culturalización» de la biología y no la «biologización de la cultura»; y, segundo, la comprensión de la sexualidad como universalidad a particularidad, es decir, estudiar etnográficamente las particularidades culturales de sociedades concretas (Nieto, 2003). A pesar de ello, la sexualidad siguió siendo para la etnografía un imán de discusiones y polémicas académicas, especialmente las que refieren a ética y metodología, ya que persiste en ella la censura profesional y una preocupación por conservar la legitimidad profesional dentro del trabajo de campo por medio de una postura de neutralidad de género hacia los informantes (Markowitz, 2003). Así, la objetividad instaurada en la etnografía vestigio del positivismo (Guber, 2001), obligó a entender que el terreno etnográfico era un espacio sin género en el que el antropólogo no reconocía la sexualidad (Nieto, 2003) lo que significó poner al celibato del etnógrafo como un mandato disciplinario con el fin de mantener a salvo el *self* del investigador (Morcillo, 2010).

De acuerdo con Morcillo (2011), las investigaciones sobre industria sexual (desde sus comienzos) se han apoyado en el trabajo de campo, sin embargo, pocas han abordado las discusiones metodológicas y un trabajo de reflexividad sobre el papel del sujeto investigador. En este sentido, se considera importante el postulado metodológico del *embodiment* donde “el cuerpo no es un objeto para ser estudiado en relación con la cultura, sino que debe ser considerado como un sujeto de la cultura” (Csordas 1990: 5), generando así una perspectiva de estudio donde el papel del antropólogo también puede ser objeto de reflexiones etnográficas (Díaz-Benitez, 2013) y, en este caso, resultados referentes a lo que implica la construcción de masculinidad.

Metodología del estudio realizado

Se realizó una investigación de corte inductiva y cualitativa. Adicionalmente, este estudio tiene como prisma la utilización del método etnográfico. La especificidad de este enfoque metodológico se basa principalmente en la descripción, lo que Clifford Geertz entiende como «interpretación» o «descripción densa», la cual implica reconocer los marcos de interpretación en los cuales el investigador clasifica el comportamiento y les atribuye un sentido. No obstante, sin un proceso de reflexión donde las acciones, observaciones, sentimientos e impresiones obtenidos en el campo se transforman en datos, el proceso investigativo no estaría completo (Vasilachis de Gialdino, 2006). Es por eso por lo que se debe remarcar que la reflexividad del investigador debe estar sujeta a que las situaciones de la vida cotidiana sean idénticas a los procedimientos empleados para describir esas situaciones (Coulon citado en Guber, 2001). Así, la particularidad del método etnográfico es la relación directa entre el investigador etnógrafo con el fenómeno a estudiar mediante la experiencia y la testificación (Guber, 2001).

⁴ Para Nieto (2003), este punto es el más discutible debido a que muchos de los antropólogos más influyentes sí estudiaron la sexualidad en pleno colonialismo, tal como Margaret Mead o Bronislaw Malinowski.



En el contexto de esta investigación, la unidad de análisis es la construcción de identidades masculinas y el comercio sexual femenino de varones que residen en la ciudad de Punta Arenas. En lo que respecta a la unidad de estudio, se abordan a hombres heterosexuales entre 18 a 65 años, sin distinción de nivel socioeconómico, que asistan o hayan asistido de forma frecuente a nights clubs, shoperías o privados clandestinos⁵ en la ciudad de Punta Arenas. Como se puede percibir, esta unidad de estudio deja afuera a mujeres trabajadoras sexuales ya que, de acuerdo con el propósito de la investigación central, se limita a abordar solamente la perspectiva de varones. En el marco de esta pesquisa, se utilizan técnicas de recolección de datos primarios de carácter cualitativo propias del enfoque etnográfico que, dada las limitantes económicas y temporales, recopila las reflexiones metodológicas ocurridas durante el trabajo de campo en doce recintos de la ciudad y en diez entrevistas a clientes frecuentes de comercio sexual⁶.

Estrategia y técnicas metodológicas

La estrategia metodológica está basada en lo propuesto por Perlongher (1993), quien sugiere tres tipos de modalidades de acercamiento en el trabajo de campo dentro del comercio sexual: en primer lugar, la utilización de observaciones etnográficas libres que consisten (aplicado en la presente investigación) en visitas a shoperías, night club y privados clandestinos recogiendo impresiones, situaciones, descripciones y escenas que se relacionen con el fenómeno a estudiar; en segundo lugar, la realización entrevistas itinerantes, en las cuales se acompaña a algunos de los informantes claves a los establecimientos de comercio sexual que frecuentan, donde se intenta tener un dialogo que profundice o añada información a las observaciones etnográficas; y, en tercer lugar, entrevistas en profundidad, en el cual se abarca algunos de los aspectos observados *in situ* y siguiendo una pauta semi estructurada como guía. A continuación, se describirán las dos técnicas metodológicas utilizadas.

En primer lugar, la observación participante conforma el centro metodológico de esta reflexión. Consiste en dos actividades principales (Guber, 2001): observar sistemática y controladamente todo lo que acontece en torno del investigador, y participar en una o varias actividades de los informantes. En este sentido, la observación participante puede dar cuenta sobre las dinámicas propias que realizan los varones que asisten a los diversos establecimientos de comercio sexual asistiendo a sus mismos espacios, como también las relaciones entre sus pares y con las trabajadoras sexuales para examinar críticamente los conceptos teóricos y para anclarlos en realidades concretas, poniendo en comunicación distintas reflexividades (Guber, 2001). Debido a lo anterior, es de considerar dos aristas: por un lado, que la observación participante no se limitó a ser utilizada solo en locales de comercio sexual, sino también en situaciones anteriores a las visitas (como reuniones llamadas coloquialmente «previas»); y, por otro lado, que la modalidad de observación participante a no participante puede variar de acuerdo al tipo de recintos de comercio sexual más herméticos, como los privados clandestinos, donde la participación puede superar los límites del involucramiento, grado de compromiso y ética antropológica.

En cuanto a la entrevista en profundidad, a diferencia de las entrevistas tradicionales estructuradas mediante encuestas y cuestionarios, esta técnica busca que los informantes respondan las preguntas del investigador con sus propias palabras, abriendo la posibilidad a la flexibilidad en el proceso (Guber, 2001).

⁵ Estas tres modalidades han sido escogidas a raíz de los resultados de los antecedentes (Lastra, 1997), observaciones etnográficas y entrevistas en profundidad.

⁶ Por asuntos de anonimato y confidencialidad, se ha decidido no explicitar los nombres de los establecimientos de comercio sexual estudiados, como tampoco los nombres de informantes entrevistados.



Esto expresado en la posibilidad de ir orientando la entrevista según la información otorgada por el entrevistado, lo señalado por otros entrevistados o lo observado en el trabajo de campo. La empatía con los entrevistados o *rappport* también juega un papel importante en el transcurso de la entrevista (Canales, 2006), ya que dependiendo de esta es cuando existe la facilidad para realizar preguntas basadas en la intimidad del informante, por ejemplo, cuando se requieren preguntas más específicas sobre relaciones sexo-afectivas o de su propia sexualidad.

RESULTADOS

Desafíos metodológicos en la etnografía de comercio sexual

A partir de las observaciones participantes realizadas en diez establecimientos de comercio sexual, se hacen visibles tres obstáculos necesarios de afrontar a la hora de realizar etnografía en esta área: (1) el investigador como un potencial hombre-cliente; (2) la presencia de dispositivos de seguridad y (3) el costo económico.

Respecto al primer obstáculo, de acuerdo con Taylor y Bogdan (1987), la tarea del investigador es lograr la aceptación del grupo (en este caso, de los clientes hombres) y que se sientan cómodos con su presencia. Así, durante el trabajo de campo, el etnógrafo debe centrar su esfuerzo en mantener una interacción social no ofensiva con su entorno. Sin embargo, se hace evidente en estas interacciones que el investigador (solo por el hecho de ser varón) se convierte en un potencial hombre cliente (Morcillo, 2011), por lo que cualquier acto que represente una interacción con trabajadoras sexuales (por ejemplo, un guiño, una mirada prolongada o un gesto seductor) es una señal para ser abordado por una de ellas. Lo anterior evidencia una particularidad que merece ser profundizada: la imposibilidad que tiene el investigador de «desprenderse de su género»⁷, por tanto, su capacidad de ser un potencial hombre-cliente dentro del comercio sexual.

Ciertamente, en el comercio sexual -al ser una actividad hermética y restringida por la confidencialidad entre varones- el investigador no puede ser neutral a la observación y debe adoptar el rol de participante pleno para mimetizarse en el campo (Guber, 2001), sin embargo, su aceptación resulta inviable si los atributos del investigador son incompatibles con los establecidos por el grupo social. Dada la naturaleza del ámbito investigado, en algunas de sus modalidades (principalmente, las que refieren a espacios cerrados) el acceso a personas es limitada. Uno de los requisitos esenciales para su ingreso es «ser hombre»⁸, lo que implica que el aspecto físico es primordial para una identificación y confirmación del género a que pertenece el cliente, así la identidad de sexo-género aparece en el investigador con más expresión que en otras áreas de estudio (Morcillo, 2011). Si bien el identificarse como varón cumple el requisito de acceso (ante la aprobación del guardia ubicado a la entrada del recinto de comercio sexual),

⁷ «Desprender su género» refiere al hecho de apartarse del género que es impuesto socialmente y se encuentra inmerso en un discurso cultural hegemónico que está basado en estructuras binarias, hombre-mujer, y que se manifiesta como un lenguaje de racionalidad universal (Butler, 1999).

⁸ Refiérase a una persona que se identifica como hombre, identidad de género, y posee un sexo masculino, sexo biológico. Cabe señalar que en la mayoría de los establecimientos de comercio sexual visitados no se permitía el acceso a mujeres. Algunos de los argumentos principales para su exclusión son que, al facilitar la entrada a mujeres, estas pueden resultar una «competencia» hacia quienes están ejerciendo el trabajo sexual (Morcillo, 2011) o que su libre acceso abriría la posibilidad de que el cliente se encuentre con su pareja, así perdiendo el carácter de confidencialidad propio de los locales de comercio sexual cerrados.



su rol dentro del establecimiento también estará determinado de acuerdo con su grado de virilidad y correspondencia con el perfil de masculinidad hegemónica. Así, por ejemplo, los hombres «afeminados» no serán vistos como clientes por sus pares, sino como amigos de las trabajadoras sexuales o como regentes del recinto⁹ (una idea basada en estereotipos de género). En definitiva, la primera limitante para la entrada a la realización de etnografía en recintos de comercio sexual no solo es «ser hombre»¹⁰, sino también representar en sí mismo un perfil de hombre.

En lo que respecta al segundo obstáculo, la presencia de dispositivos de seguridad (como guardias y cámaras de seguridad), resulta un punto para tener en cuenta a la hora de realizar etnografía. Estos no solo actúan como un filtro para el ingreso o expulsión de los potenciales clientes, sino también, regulan que la interacción entre trabajadoras sexuales y clientes funcione con normalidad procediendo ante cualquier situación que ponga en peligro al establecimiento o quienes trabajan en el lugar¹¹. Considerando que el etnógrafo debe evadir cualquier tipo de distorsión que afecte a los resultados del fenómeno observado y garantizar la confiabilidad de los datos recogidos (Guber, 2001), se presenta de esta manera una limitante metodológica: el etnógrafo debe evitar cualquier actitud sospechosa que provoque su expulsión o altere las acciones naturales de las personas observadas (Taylor y Bogdan, 1987).

Ciertamente, este obstáculo puede ocurrir en cualquier trabajo de campo donde existan mecanismos de seguridad, sin embargo, la particularidad de la etnografía en el comercio sexual es que también los hombres-clientes pueden actuar de manera negativa ante el investigador si descubren que están siendo observados con otros fines ya que, quienes visitan el mercado sexual, buscan un ambiente privado y confidencial. Es por esta razón, que se debe tener especial cuidado en la utilización de herramientas de registro como grabadoras o cuaderno de campo, que pueden atraer innecesariamente la atención hacia el observador e interrumpir el flujo natural de los acontecimientos en el escenario (Taylor y Bogdan, 1987).

Por las consideraciones anteriores, el uso de nuevas tecnologías (especialmente teléfonos móviles) permite una salida, pues logra mimetizarse de buena manera sin levantar alarma alguna para clientes, guardias y trabajadoras sexuales. Si bien el uso de teléfonos móviles puede presentar dificultad para realizar anotaciones extensas sobre lo observado y su uso continuo puede despertar curiosidad a los informantes que nos acompañan, una buena memoria y recuerdos se hacen vitales para lograr una máxima descripción en las anotaciones posteriores en el diario de campo.

Con relación al tercer obstáculo, este se refiere a una limitante que dificulta por completo el trabajo de campo: los altos costos de los establecimientos de comercio sexual¹². Indudablemente, el aspecto económico es una determinante para evaluar la viabilidad de una investigación durante las etapas iniciales de la formulación del problema (Hernández Sampieri et al., 2003), cuestión que puede ser más compleja si se realiza sin financiamiento de terceros. Dependiendo de la orientación del nivel socioeconómico y las

⁹ “En todo caso, he visto [hombres «afeminados»] pero generalmente son amigos de las artistas o atienden la barra” (Informante A, 32 años, octubre de 2017). En este punto, se materializa lo señalado por Kimmel (1997) donde la masculinidad y sus espacios se construyen a través de la expulsión de cualquier elemento que refiera a lo femenino, incluso lo que hace referencia a la homosexualidad a través de la homofobia.

¹⁰ Esto implica que “probablemente ser mujer suponga una menor accesibilidad [a la entrada de campo], y ser varón abra las puertas al campo, pues en un contexto de sexo comercial nadie cuestiona «¿qué hace un varón?»” (Morcillo 2011: 9).

¹¹ Sumado a ello, los dispositivos de seguridad también deben estar alertas ante la realización de fiscalizaciones de Carabineros.

¹² Según se pudo constatar, la entrada a un local de este tipo ronda a partir de los tres mil a diez mil pesos (5 USD a 17 USD), mientras el consumo mínimo de una bebida alcohólica es desde los dos mil pesos a seis mil pesos (3 USD a 10 USD).



modalidades de comercio sexual a estudiar, se podrá presupuestar el precio a pagar. De esta manera, la estimación del gasto implica el pago del ingreso al campo y, además, el constante pago por consumo de alcohol dentro del local, así delimitando aún más el tiempo en que el etnógrafo permanecerá dentro del recinto.

Dentro del mismo punto, otro de los aspectos que complejiza el estudio es el acceso a informantes ya que, al momento de la realización de entrevistas o querer ser acompañado por uno de ellos en los escenarios de estudio, generalmente aceptan a cambio de una invitación a un trago o mediante previo pago de la entrada al recinto. Lo mismo ocurre al realizar entrevistas informales con trabajadoras sexuales para la triangulación de datos y verificación de información, ya que, si no es por medio del contacto de un informante clave, la única manera de dialogar es comprando una bebida alcohólica que dobla el precio de un trago común para el consumo del cliente. Para mitigar los gastos, es recomendable realizar el trabajo de campo en horarios donde haya más afluencia de clientes (principalmente durante la noche) y, en lo posible, llegar a un acuerdo con los informantes acompañantes para establecer con antelación los gastos que se realizarán dentro del local.

Relación investigador-informante en el estudio de comercio sexual

Al emprender una investigación etnográfica, las certezas del observador no son claras y, por lo tanto, su hipótesis e intereses investigativos van variando en el transcurso del estudio. Este panorama se complejiza dentro del comercio sexual desde la perspectiva del hombre-cliente ya que, al ser un ámbito secreto y cubierto de tabús, resulta inevitable preguntarse cómo será la inserción al campo. Sin embargo, la entrevista en profundidad y la observación participante, al contrario de otras técnicas metodológicas, contemplan un diseño de investigación que permanece flexible, pues el investigador posee líneas generales sobre las personas que entrevistará, el modo de encontrarlas y una panorámica del campo que durante el transcurso del estudio puede ir acomodándose para así comprender en profundidad el fenómeno a investigar (Taylor y Bogdan, 1987).

La obtención de informantes en la investigación realizada fue mediante la estrategia de la «bola de nieve» la cual permitió desde el círculo más cercano del investigador llegar a conocer más informantes, logrando así una muestra heterogénea de personas que asistían o asisten a establecimientos de comercio sexual. El procedimiento para entrar en contacto era el mismo: contar a simples rasgos, de forma veraz pero vaga e imprecisa los objetivos del estudio (Taylor y Bogdan, 1987), asegurando el anonimato y confidencialidad mediante una carta de consentimiento. El contacto y convencimiento fue sencillo debido a lo atractivo que les parecía el tema¹³. Sin embargo, la mayoría de los hombres mostraban una cierta confusión con el objetivo de estudio, puesto que les parecía extraño que se indagara sobre su condición como clientes ya que, desde su punto de vista, la relación entre trabajo sexual y ser hombre es una cuestión natural, no así el caso de las trabajadoras sexuales, donde sus motivaciones para ahondar en el tema eran más notorias.

Adicionalmente, con los informantes que se logró mayor *rapport*, el estudio les resultaba tan atractivo que de manera entusiasta manifestaban su intención de acompañar la realización del trabajo de campo. Esto no solo facilitó el acceso a los escenarios, sino también la posibilidad que el investigador fuese

¹³ Incluso en las reuniones anteriores a la realización de trabajo de campo (llamadas «previas») o por fuera del marco de esta, la relación entre clientes y comercio sexual era un tema de discusión que salía de manera recurrente y espontánea por parte de los informantes participantes.



invitado a reuniones «previas» a las visitas y lograr introducirse en los mismos círculos de hombres que asisten de forma grupal a recintos de comercio sexual, así pasando de ser un mero observador a un acompañante observador. No obstante, a pesar de que la relación entre el investigador y el informante se mostró fluida, en el transcurso de la investigación aparecieron ciertas señales por parte de algunos colaboradores (principalmente durante el trabajo de campo) que dejaron entrever que realizaban una separación varón-investigador.

En este sentido, con los colaboradores participantes con que los que se sostenía una relación de *rapport* sólida, existía una predisposición a cuestionar la figura del investigador y al objeto de estudio establecido pues, desde su perspectiva, parecía más una excusa para visitar establecimientos de comercio sexual o «quilombear». Esto principalmente se materializaba en bromas que simulaban, a través de gestos y recreaciones, que el trabajo de campo implicaba también ver a los clientes teniendo relaciones sexuales o que el estudio finalizaría con el mismo investigador pagando por sexo a una trabajadora sexual¹⁴, a pesar de que se había explicitado con anticipación el objetivo del estudio. Respecto a este punto, Díaz-Benítez señala: “En una investigación sobre sexualidad, la propia sexualidad del investigador es colocada siempre bajo sospecha: sea su orientación o sus reales intenciones en relación a la investigación. A mí en el mundo de la pornografía innumerables veces me dijeron: «diga la verdad, a usted le gusta la putería» entre otras frases del estilo. Es común que exista para nosotros una expectativa de conversión, una especie de creencia de que algo en nuestro ser (los gustos especialmente) se transformen” (2013: 22).

Lo anterior, se puede advertir en el siguiente diálogo ocurrido durante el marco del presente estudio, en una de las primeras entrevistas entre el investigador y dos informantes:

- F ¿Tú no has ido [al comercio sexual]?
- Entrevistador He ido una vez.
- F ¿Fue una buena o mala experiencia?
- Entrevistador Nunca he tenido relaciones sexuales ahí.
- F Ah, quilombo. Pero tienes que ver en el diario no más. La mejor para que te vaya bien [se refiere a la investigación]. No es tanto. Las minas son súper piolas [tranquilas].
- A Se pegaba el SIDA la primera vez [ironiza, ríen].
- F La dejaba embarazada [ironiza, ríen].
(Informantes A y F, 31 y 32 años, octubre de 2017).

Ante la situación planteada, el diálogo no solo visibiliza la disociación investigador-investigado, sino también muestra un proceso de convencimiento para que el observador realice acciones fuera de los objetivos de estudio con el pretexto de mejorar su desempeño y contenido. Asimismo, por medio de bromas, se deja a entrever que el fracaso para el investigador dentro de su estudio sería enfrentarse a los dos peores escenarios para el potencial cliente-hombre: embarazar a una trabajadora sexual o contraer una infección de transmisión sexual. De esta manera, el interés de los informantes a participar en el estudio se inclina más a iniciar al investigador-varón en el «ser cliente» del comercio sexual que de una atracción hacia los resultados de la investigación. De acuerdo con Roxana Guber, es habitual que los

¹⁴ La broma era realizada mientras simulaba la postura de escribir en el cuaderno de campo y realizaba movimientos pélvicos recreando tener relaciones sexuales. Para Matthew Guttman (2017), los gestos y bromas contienen una fuerte carga simbólica sobre la masculinidad las cuales, para su correcta interpretación, deben considerar quien lo realiza, para quien va dirigidos y el contexto en que son empleados.



colaboradores se sitúen desde su perspectiva (en este caso, desde el «ser cliente») ya que: “Mientras el etnógrafo se presenta a sí mismo como un ser autónomo de su origen social, político o étnico, ligado solamente a sus credenciales académicas, sus interlocutores tienen toda la razón para interpretar esa presencia como algo más próximo a su experiencia” (2001: 108).

A pesar de que los informantes realizaban una disociación entre investigador-investigado, se comprende que este era un proceso incluido dentro de un *rapport* fijo haciendo que el informante pase por alto la condición de observador y, a su vez, logrando así un diálogo fluido y espontáneo durante el trabajo de campo, asunto que no hubiese ocurrido en una relación distante. Para estudios de este tipo, el riesgo de perder la condición de investigador es útil debido a que gradualmente en las entrevistas u observaciones participantes, los informantes comienzan a actuar de forma natural, desprendiéndose de filtros y autocensuras que exponen al antropólogo con la subjetividad misma del entrevistado y como realmente concibe e interpreta su entorno. A modo de ejemplo de lo anterior, en el momento de realizar las entrevistas en profundidad, fue habitual que los informantes utilicen conceptos neutrales como «trabajadora sexual» o «comercio sexual» que permitieran el entendimiento con el investigador y, a su vez, no mostraran su propia perspectiva ante el fenómeno, sin embargo, después de seis o más preguntas, los informantes utilizaron conceptos como «puta», «prostíbulo» o «casa de puta» dejando entrever su verdadera mirada sobre el comercio sexual.

Ciertamente, el género masculino del etnógrafo también repercutió en la relación investigador-informante ya que, bajo la condición de mujer, la cercanía hubiera sido menor con los colaboradores y con su entorno masculino, produciendo cierta incomodidad para ellos, debido a que este es un círculo varonil¹⁵. Esto insinúa que, sin haberse considerado, el cuerpo del antropólogo fue materializado por los informantes, convirtiéndose también en metodología de investigación (Díaz-Benítez, 2013).

POSICIONAMIENTO ÉTICO DEL INVESTIGADOR: ¿EXISTE LA NEUTRALIDAD EN EL TRABAJO DE CAMPO EN COMERCIO SEXUAL?

En el marco del presente estudio, al presentarse a los informantes acompañantes los objetivos se recalcó, con el fin de evitar malos entendidos, que de ninguna manera se pagaría por un servicio con una «prostituta». No obstante, para los informantes que accedieron a ser acompañantes, les pareció una decisión extraña, de tal manera que abrió paso a bromas que cuestionaban la determinación del investigador. Es que, dentro del comercio sexual, el «ser cliente» es un receptor de un cúmulo de interacciones seductivas que van desde las miradas, abrazos, besos en la mejilla, caricias hasta actos sexuales, los cuales son parte de la economía de la seducción (Díaz-Benítez, 2013) y, por lo tanto, un elemento esencial en la asistencia de establecimientos de comercio sexual. A manera de ilustrar lo anterior, se describe una situación ocurrida durante el trabajo de campo:

Mientras observaba la interacción entre las trabajadoras sexuales y los clientes ubicados en el bar, sentí una mano que se apoyó en mi hombro y, sin previo aviso, una mujer se sentó en mis piernas.

¹⁵ A modo de ejemplo, dentro de estos círculos de hombres, es habitual molestarse entre sí haciendo referencia a la influencia sobre ellos que tienen sus parejas [mujeres] en sus relaciones. De acuerdo con Gutmann, a pesar de no estar físicamente presentes, esto es un reflejo de que las mujeres ejercen una “influencia sustancial y prolongada sobre cómo los varones se perciben a sí mismos, cómo interactúan entre ellos; también determinan el rango de emociones y valores que anclan sus vidas diarias, tanto en espacios homosociales como en otros más diversos” (2017: 43).



Era una trabajadora sexual, de unos 30 años aproximadamente, vestida con una camiseta de Chile, minifalda y tacos. Se presentó, nos saludó con un beso en la mejilla a cada uno, para después tomar mi mano y ponerla en su cintura de forma forzada. Mi sensación era de cierta incomodidad, cuestión que a mis dos informantes acompañantes no les parecía molestar. De improviso, nos comentó que era la única chilena en el establecimiento y que estaba sacando «la cara por Chile», para luego pedirnos que la invitáramos a un trago. Le comenté que no teníamos más dinero y que nos íbamos a retirar del local. Ella nos comenzó a convencer diciendo que entre los tres podíamos pagarle un trago de \$6.000 y saldría más barato. Sin embargo, insistí que no podíamos y le aseguré que cuando volviera al local yo la invitaría a un consumo. La mujer se molestó de tal manera que tomó uno de los vasos de mis informantes, tomó rápidamente lo poco que quedaba de su vaso de cerveza, se levantó de mis piernas y se fue de nuestra mesa. Posteriormente, volvió vestida con una chaqueta y salió del local. Al ver que no había más alcohol en nuestros vasos, nos retiramos del establecimiento. En la salida, encontramos a la trabajadora sexual fumando un cigarro y se despidió de nosotros amablemente (Registro de diario de campo, octubre de 2017).

En el relato expuesto, se puede percibir que estas interacciones inmersas en un contexto de seducción incluso pueden ocurrir sin el propio consentimiento del cliente-investigador, dando lugar a situaciones artificiales y forzadas (como que la trabajadora sexual obligue poner una mano en su cintura o tomar asiento en las piernas del varón), pero que se encuentran naturalizadas o son avaladas por sus congéneres. Estas situaciones no solo pasan por alto las barreras del *self*, sino también, confrontan al investigador con su rol neutral, poniendo en juego sentimientos como el poder y el deseo sexual, los cuales deberían ser reprimidos (Díaz-Benítez, 2013) de acuerdo a la neutralidad sexual en el trabajo de campo. De todas formas, si existiese una negación o rechazo por parte del investigador a estas situaciones indeseables, solo provocaría una distorsión en los resultados que lo distanciaría de los hombres-clientes y las trabajadoras sexuales. Es por esta razón que resulta importante comprender que la incomodidad que siente el investigador también puede ser convertida en conocimiento (Cioccarri en Díaz-Benítez, 2013) y dejarse afectar por ello es señal de interiorizarse en la observación participante.

Evidentemente, en estas instancias, la neutralidad de género y el trabajo de campo asexual no parecen imposibles, pero sí complejos, pues el investigador, al estar inmerso en un escenario donde el varón es un potencial cliente, se encuentra (sin importar su posicionamiento) en un ir y venir de miradas que inauguran un juego de ilusión, intimidad y atracción sexual que penetran los cuerpos, propios del comercio sexual de esta modalidad (Morcillo, 2011). Díaz-Benítez señala que el etnógrafo no puede dejar de lado el hecho de que somos “personas generizadas, sexualizadas y erotizadas, y que nuestro cuerpo se torna capital simbólico tal vez de forma paradigmática cuando participamos de un contexto de seducción, pero también fuera de él” (2013: 21). Es por ese motivo que se comprende que el observar la interacción entre clientes-hombres y trabajadoras sexuales, inmersas dentro de juegos de seducción, no puede ser analizada sin un grado de participación en ellos. Esto no implica que el investigador deba, de forma obligatoria, dejarse inmiscuir en el trabajo de campo a plenitud convirtiéndose en un cliente de comercio sexual que pague por servicios sexuales, sino comprender que el nivel de compromiso y de involucramiento con el objeto de estudio debe estar en función de los objetivos de su investigación, tratando de obtener una comprensión multidimensional y holística como propósito principal (Markowitz, 2003). Asimismo, se concibe que la realización de etnografía en el comercio sexual obliga a realizar una reflexión sobre la sexualidad y el erotismo, que conlleva a que el investigador trace sus propios límites respecto a lo investigado (Morcillo, 2010).



CONCLUSIONES

A partir de un estudio etnográfico sobre comercio sexual y masculinidad, se reflexiona teórica y metodológicamente recabando tres consideraciones. En primer lugar, las limitantes directas que influyen en el trabajo de campo: (1) el etnógrafo debe considerar que su presencia en el campo es objeto de ser un potencial hombre-cliente dada la imposibilidad de «desprenderse de su género», lo que se traduce eventualmente que el investigador sea abordado por trabajadoras sexuales; (2) la presencia de dispositivos de seguridad debe hacerse frente, tanto en el uso de herramientas metodológicas como el procedimiento de no levantar sospechas que distorsionen el levantamiento de información y (3) el costo económico es un limitante para cualquier estudio etnográfico en el área, dado sus altos costos para acceder al campo. En segundo lugar, la relación (motivada por un rapport sólido) entre el investigador e informante es primordial para el estudio en el área, sin embargo, este último puede ser obstaculizado por una disociación investigador-investigado por parte del informante evidenciada, por ejemplo, en la persuasión de que el etnógrafo se convierta en un consumidor de servicios sexuales lo que, si no se tiene en consideración, puede provocar distorsión en los resultados. En tercer lugar, se debe tener en cuenta el posicionamiento ético del investigador, teniendo como premisa la imposibilidad de neutralidad en el trabajo de campo. En este sentido, el etnógrafo debe tomar posicionamiento sobre sus límites sexuales y éticos, es decir, el grado de involucramiento afectivo y sexual con las trabajadoras sexuales.

En definitiva, una constante en estas tres reflexiones metodológicas presentadas se relaciona con el cuerpo como herramienta metodológica y este -al ser constituido a través de un conjunto de actos performativos- abarca la «esencia interna del género», una esencia que no se puede desprender. Por tanto, las conclusiones en este punto indican la imposibilidad del etnógrafo de ser un sujeto sexualmente neutral dentro del trabajo de campo, por lo que el nivel de compromiso y de involucramiento con el objeto de estudio debe estar en función de los objetivos de su investigación, mediante una reflexión previa sobre la sexualidad y el erotismo que fije sus propios límites respecto a lo investigado. Si bien los resultados surgen a partir de un estudio realizado en la Patagonia austral chilena, es posible que estas mismas consideraciones se puedan replicar en estudios similares en otras localidades geográficas, sirviendo como punto de partida para la investigación de masculinidades en el comercio sexual femenino.

Bibliografía

- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Butler, J. (1999). *El género en disputa: el feminismo y la subversión de la identidad*. Paidós: Barcelona.
- Canales, M. (2006). *Metodologías de investigación social*. Santiago: LOM.
- Connell, R. W. (1997). La organización social de la masculinidad, pp. 31-48. En: T. Valdés y J. Olavarría (eds). *Masculinidad/es. Poder Crisis*. Santiago: Ediciones de Las Mujeres.
- Csordas, T. (1990). Embodiment as a paradigm for anthropology. *Ethos* 18(1): 5-47.
<https://doi.org/10.1525/eth.1990.18.1.02a00010>
- Díaz-Benítez, M. (2013). Algunos comentarios sobre prácticas sexuales y sus desafíos etnográficos. *Apuntes de investigación del CECYP* 23(1): 13-33.
<http://www.apuntescecy.com.ar/index.php/apuntes/article/view/481>



- Donoso, C y Matus, C. (2000). Trayectoria y simultaneidades: una mirada desde la subjetividad de jóvenes clientes de prostitución a la construcción de identidad masculina, pp. 141-152. En: Olavarría, J. y Parrini, R. (eds.). *Masculinidad/es. Identidad, sexualidad y familia*. Primer Encuentro de Estudios de Masculinidad. Santiago: FLACSO-Chile, UAHC, Red de Masculinidad.
- Gómez-Suárez, A. y Verdugo-Mates, R. (2015). La prostitución femenina en España: construyendo un perfil del cliente. *Papeles de Población* 21(86): 9-39.
<https://www.redalyc.org/pdf/112/11243018002.pdf>
- Guber, R. (2001). *Etnografía. Método, campo y reflexividad*. Ciudad de México: Norma.
- Gutmann, M. (1998). Traficando con hombres: antropología de la masculinidad. *Revista de Estudios de Género La Ventana* 8: 47-99. <http://revistalaventana.cucsh.udg.mx/index.php/LV/article/view/371>
- Gutmann, M. (2017). Gestos de hombre. *Revista Todavía* 37: 38-47.
- Hernández, O. (2008). Debates y aportes en los estudios sobre masculinidades en México. *Relaciones. Estudios de Historia y Sociedad* 29: 231-253. <https://www.redalyc.org/html/137/13711161008/>
- Hernández Sampieri, R; Fernández Collado, C. y Baptista, P. (2003). *Metodología de la investigación*. Ciudad de México: McGraw-Hill.
- Kaufman, M y Horowitz, G. (1989). Sexualidad masculina: hacia una teoría de liberación, pp. 65-69. En: Kaufman, M. *Hombres: Placer, Poder y Cambio*. Santo Domingo: CIPAF.
- Kaufman, M. (1994). Los hombres, el feminismo y las experiencias contradictorias del poder entre los hombres. *Blog post* <http://www.michaelkaufman.com/wp-content/uploads/2008/12/los-hombres-el-feminismo-y-las-experiencias-contradictorias-del-poder-entre-los-hombres.pdf>
- Kimmel, M. (1997). Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina, pp. 49-62. En: T. Valdés y J. Olavarría (eds). *Masculinidad/es. Poder y Crisis*. Santiago: Ediciones de Las Mujeres.
- Lamas, M. (2000) *Diferencias de sexo, género y diferencia sexual*. Ciudad de México: Cuicuilco.
- Lastra, T. (1997) *Las otras mujeres*. Santiago: APRODEM.
- Markowitz, F. (2003). Sexualizando al antropólogo: implicaciones para la etnografía, pp. 79-92. En: Nieto, J (ed.). *Antropología de la sexualidad y diversidad cultural*. Madrid: Talasa.
- Minello, N. (2002a). Los estudios de masculinidad. *Estudios Sociológicos* 20(3): 715-732. <https://www.redalyc.org/pdf/598/59806009.pdf>
- Minello, N. (2002b). Masculinidades: un concepto en construcción. *Nueva Antropología* 18(61): 11-30. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15906101>
- Morcillo, S. (2010). ¿Ir de putas? Reflexiones en torno a las dimensiones sexuadas de la investigación. *Kula: Antropólogos del Atlántico Sur* 3: 7-13. <http://www.revistakula.com.ar/wp-content/uploads/2014/02/KULA-3-1-MORCILLO.pdf>
- Morcillo, S (2011). De cómo vender sexo y no morir en el intento. Fronteras *encarnadas* y tácticas de quienes trabajan en el mercado sexual. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad* 3(7): 17-28.
<http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/73/102>



- Nieto, J. (2003). *Antropología de la sexualidad y diversidad cultural*. Madrid: Talasa.
- Olavarría, J. (2000). De la identidad a la política: masculinidades y políticas públicas. Auge y ocaso de la familia nuclear patriarcal en el siglo XX, pp. 11-28. En: Olavarría, J. y Parrini, R. (eds.). *Masculinidad/es. Identidad, sexualidad y familia*. Primer Encuentro de Estudios de Masculinidad. Santiago: FLACSO-Chile, UAHC, Red de Masculinidad.
- Olavarría, J. (2001). *¿Hombres a la deriva? Poder, trabajo y sexo*. Santiago: FLACSO.
- Osborne, R. y Molina, C. (2008). Evolución del concepto de género. (Selección de textos de Beauvoir, Millet, Rubin y Butler). *EMPIRIA. Revista de Metodología de las Ciencias Sociales* 15: 147-182.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2686277.pdf>
- Perlongher, N. (1993). *La prostitución masculina*. Buenos Aires: Ediciones de la Urraca.
- Skewes, J. (1985). El comercio sexual en Chile: nuevas dimensiones de la crisis y descomposición social, pp. 59-85. Actas del Primer Congreso Chileno de Antropología. Santiago: Colegio de Antropólogos de Chile A. G.
- Taylor, S. y Bogdan, R. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Buenos Aires: Paidós.
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). *Estrategias de investigación cualitativa*. Barcelona: Gedisa.
- Weston, K. (2003). Estudios lésbicos y gays en el ámbito de la antropología, pp. 99-114. En: Nieto, J (ed.). *Antropología de la sexualidad y diversidad cultural*. Madrid: Talasa.

Recibido el 9 Sep 2018

Aceptado el 4 Nov 2018