

Sexualidad, Salud y Sociedad

REVISTA LATINOAMERICANA

ISSN 1984-6487 / n. 35 - ago. / ago. / aug. 2020 - pp.82-111 / Passos, T. & Almeida-Santos, M. / www.sexualidadsaludysociedad.org

Anuncios de mujeres brasileñas en la industria transnacional del sexo en un sitio web español

Taciana Silveira Passos¹

> tacianasilveirapassos@gmail.com

ORCID: 0000-0002-5312-095X

Marcos Antonio Almeida-Santos^{1 2}

> virtual.596@gmail.com

ORCID: 0000-0003-0622-6257

¹Universidade Tiradentes
Aracaju, Brasil

²Tiradentes Institute
University of Massachusetts
Boston, Estados Unidos

Copyright © 2020 Sexualidad, Salud y Sociedad – Revista Latinoamericana. This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

<http://doi.org/10.1590/1984-6487.sess.2020.35.05.a>

Resumen: Este es un estudio cuantitativo que tuvo como objetivo analizar las tendencias y los patrones de comportamiento de las trabajadoras sexuales con nacionalidad brasileña en un sitio web español. La muestra consistió en 486 anuncios tomados del sitio web Pasion.com entre 2018-2019. Se realizó una descripción estadística de los perfiles anunciados, seguida de un análisis de contenido utilizando la estrategia de minería de datos y el desarrollo de modelos predictivos de Poisson para datos contables. Los anuncios se distribuyen principalmente en zonas turísticas costeras. El análisis de contenido reveló códigos sobre servicios sexuales ofrecidos y prácticas de riesgo relacionadas con la salud y la seguridad. Entre los comportamientos de riesgo, se encontraron términos que se refieren al sexo sin protección y al uso ilícito de drogas. Las preferencias de los clientes incluyen mujeres de piel parda menores de 20 años y mayores de 40 años que ofrecen servicio de lluvia dorada, alcohol y trabajan de forma independiente.

Palabras clave: anuncios virtuales; redes sociales; migración; minería de datos; trabajo sexual.

Brazilian women announcements in the transnational sex industry on a Spanish website

Abstract: This study combines quantitative and qualitative methods to analyze the trends and behavior patterns of Brazilian sex workers on a Spanish website. The sample consisted of 486 ads taken from the website Pasion.com, between 2018-2019. We performed a statistical description of the advertised profiles followed by content analysis through data mining strategy, and the development of Poisson predictive models for countable data. The ads are distributed mainly in coastal tourist areas. The content analysis revealed codes of the sexual services offered and risk practices related to health and safety. Among the risk behaviors, terms were found that refer to unprotected sex and illicit drug use. Customer preferences include women with brown skin under 20 and over 40 who offer golden shower, alcohol and work independently.

Keywords: virtual advertisements; social media; migration; data mining; sex work.

Anúncios de mulheres brasileiras na indústria transnacional do sexo em um site Espanhol

Resumo: Trata-se de um estudo quali-quantitativo que teve como objetivo analisar tendências e padrões de comportamento de profissionais do sexo de nacionalidade brasileira em um site espanhol. A amostra consistiu em 486 anúncios coletados no site Pasion.com entre 2018-2019. Foi realizada uma descrição estatística dos perfis anunciados, seguida de uma análise de conteúdo por meio da estratégia de *data mining* e o desenvolvimento de modelos preditivos de Poisson para dados contáveis. Os anúncios são distribuídos principalmente em áreas turísticas costeiras. A análise de conteúdo revelou códigos sobre serviços sexuais oferecidos e práticas de risco relacionadas à saúde e segurança. Dentre os comportamentos de risco, foram encontrados termos que se referem a sexo desprotegido e uso de drogas ilícitas. As preferências dos clientes incluem mulheres de pele parda com menos de 20 anos e com mais de 40 anos que oferecem serviço de chuva dourada, álcool e trabalham independentes.

Palavras-chave: anúncios virtuais; mídia social; migração; mineração de dados; trabalho sexual.

Anuncios de mujeres brasileñas en la industria transnacional del sexo en un sitio web español

Introducción

La tecnología, en particular la comunicación digital, ha tenido un impacto en cómo las personas organizan sus vidas, mantienen relaciones y realizan transacciones comerciales. El trabajo sexual es parte de esta sociedad digital y el sexo se comercializa cada vez más en sitios web (Sanders, Connelly & King, 2016).

Las personas comúnmente publican imágenes de sí mismos, describen los servicios que ofrecen, sus atributos físicos e indican el valor que cobran por los servicios (Griffiths et al., 2016). Sin embargo, el mercado en línea puede tener un efecto económico perjudicial en el trabajo sexual ya que hay una mayor competencia y una multa salarial por el uso del condón (Adriaenssens & Hendrickx, 2012; Cunningham, Deangelo & Tripp, 2017).

A pesar de ello, la promoción de salud para la población en prostitución no debe reducirse a prevención de infecciones de transmisión sexual. Aunque sea considerada como la “profesión más antigua del mundo”, todavía está sujeta a prejuicios y estigmas. Cuando se trata de inmigrantes, esta vulnerabilidad social se ve reforzada por cuestiones culturales, ambientales y legales (Alles & Cogo; 2016; Barroso-Pavía, Passos & Oliveira, 2017; Barroso-Pavía, Passos & Cordero-Ramos, 2019).

La publicidad en la prensa española acerca de la prestación de servicios sexuales está marcada por la nacionalidad brasileña, que aparece como un atributo comercializable importante (Silva & Omat, 2016). Además, Entre 2011 y 2014, Brasil fue el principal país de origen de las trabajadoras sexuales inmigrantes y también de las víctimas de la trata en España (Cáritas-Española, 2016). Sin embargo, cabe mencionar que no hay registros precisos que muestren exactamente cuántas son trabajadoras sexuales, es decir, libres y autónomas; cuántas son explotadas sexualmente por rufianes y proxenetas; y cuántas son víctimas de trata con fines de explotación sexual.

Existen pocos estudios que hayan contribuido a una base de conocimiento en evolución sobre el contenido de los anuncios de trabajo sexual en Internet (Parsons, Bimbi & Perry, 2001; Pruitt, 2005; Castle & Lee, 2008; Langanke & Ross, 2009; Lee-Gonyea, Castle & Gonyea, 2009; Mimiaga et al., 2009; Logan, 2010; Adriaenssens & Hendrickx, 2012; Blackwell & Dziegielewski, 2013; Manning &

Bungay, 2017; Kille et al., 2017). La investigación relacionada se centró en estrategias de marketing, información acerca de servicios sexuales y preocupaciones de privacidad sobre las identidades de las trabajadoras sexuales. No obstante, se ha prestado menos atención a la salud, la seguridad y la información transaccional comunicada dentro de estos anuncios.

El objetivo del presente estudio fue analizar las tendencias y los patrones de comportamiento de las trabajadoras sexuales con nacionalidad brasileña en los anuncios de un sitio web de origen español.

Procedimientos metodológicos

Tipo de estudio y muestra

Estudio transversal con un enfoque cuantitativo sobre los anuncios de prostitución brasileña en un sitio web español, con recolección de datos entre septiembre de 2018 a septiembre de 2019. El sitio web fue elegido en base a el *ranking* el tráfico orgánico estimado según las investigaciones de la empresa de tecnología de la información *SimilarWeb* [www.similarweb.com/]. Esta empresa funciona como un sitio de optimización de motores de búsqueda (SEO). Los siguientes criterios de selección fueron: gran cantidad de anuncios y una estructura de datos consistente y bien formada (es decir, cada perfil debe diseñarse para permitir que la información biográfica de las trabajadoras sexuales se presente en un modelo en línea estandarizado).

El sitio elegido fue el Pasion.com [https://www.pasion.com/] por ocupar la primera posición en el ranking del mercado del sexo online en España. Entre todas las categorías de sitios web existentes, Pasión.com ocupó el puesto 28 entre los sitios más visitados de España en 2019. En total hay más de setecientos mil anuncios de contactos que se dividen en varias categorías (hombres, mujeres, gays, lesbianas, transexuales / travestis, líneas eróticas, habitaciones etc.). Es uno de los pocos sitios que ofrece publicación diaria y renovación de anuncios, ambos de forma gratuita. De hecho, también ofrece un servicio pago de renovación automática que funciona mediante créditos de la cuenta del anunciante (1 crédito = 0,20 € IVA incluido). Los anuncios se pueden visualizar libremente, el cliente no paga tarifas ni necesita registrarse.

Recolectamos 486 anuncios de brasileñas en el dicho sitio web. Los criterios de inclusión fueron anuncios de trabajadoras sexuales de nacionalidad brasileña en la categoría “contactos mujeres”. Se excluyeron los anuncios que no tenía función de ofrecer el servicio sexual en sí, por ejemplo, aquellos que solo ofrecen lugares, objetos y / o transporte para facilitar el trabajo sexual.

Sistemática de recopilación de datos

El sitio elegido utiliza un sistema de administración de contenido para mostrar información sobre cada trabajadora sexual y presenta varios elementos de características en un formato estándar para cada trabajadora sexual. La naturaleza dinámica del sitio cambia diariamente, por lo que la recopilación manual de datos de anuncios se realizó en fechas preestablecidas y diferentes turnos. Debido a la posible naturaleza temporal de los anuncios en Internet, las imágenes se capturan a través de la herramienta “print scree” y se almacenan en una carpeta protegida con contraseña.

La codificación se realizó en la plataforma R. La información de contacto y registro en el sitio ha sido clasificada y utilizada para identificar duplicados del conjunto de datos. Toda la información textual se extrae de cada anuncio.

Basado en investigaciones previas sobre el contenido de la información reportada en anuncios de trabajo sexual basados en Internet (Blackwell & Dziegielewska, 2013; Manning & Bungay, 2017; Kille et al., 2017), se utilizó un esquema de estudio. codificación que incluye variables relevantes específicas. Algunas variables fueron codificadas como “sí” o “no” categóricas para documentar la presencia o ausencia dentro del anuncio (Tabla 1).

Tabla 1. Agrupación de variables y sus definiciones operativas.

Estudiar agrupación de variables y definiciones operativas				
Características demográficas	Edad	Color de la piel ^a	Localización geográfica	
Servicios sexuales ofrecidos	Servicio de comunicaciones y tipos de actos sexuales que la persona ofrece dentro de su publicidad			
Salud	Comunicaciones que hablan específicamente sobre prácticas relacionadas con la salud que podrían considerarse protectoras o no (por ejemplo, no fumador, uso de drogas, uso de condones) ^b			
Seguridad y protección	Donde proveen servicios sexuales ^b	Comunicaciones que restringen los servicios sexuales que la persona informa que no está dispuesta a participar mientras brinda servicios sexuales	Comunicaciones de los requisitos del cliente	Foto facial visible ^b

Notas: **a** – Clasificación étnico-racial de Brasil en cuanto al color (blanco, parda, negro, amarillo) según imágenes y / o autodeclaración textual del anuncio.

b - variables que se codificarán como “sí” o “no”.

Análisis de datos

Análisis estadístico

Las variables categóricas se presentaron en número absoluto y porcentaje. Las variables numéricas se presentaron como media, mediana y rango intercuartil. Se desarrollaron modelos predictivos de tipo Poisson para datos contables, representados aquí por el número de visitas de perfil y el número de visitas telefónicas de cada participante.

Las estimaciones se ajustaron para la población local. La elección del modelo más apropiado cumplió con los siguientes criterios: a) identificación de hiperdispersión en regresión de Poisson y, si está presente, control mediante la adopción de regresión binomial negativa; b) utilización del modelo para truncamiento cero, en los casos en que todos los valores estaban por encima de cero; c) evaluación de cualquier mejora en el rendimiento del modelo con la inclusión de términos o interacciones cuadráticos y cúbicos; d) valores más bajos de los criterios de información de Akaike y bayesiano.

Se prefirió utilizar el modelo de regresión binomial negativa debido a la presencia de hiperdispersión. El tamaño del efecto se presentó como razón de tasa de incidencia (TIR) e intervalos de confianza del 95%. Se utilizó el software estadístico Stata versión 15.1 (College Station, Texas, EE. UU.) en las estimaciones.

Análisis de contenido

Debido a que es un estudio desarrollado con un enfoque especial en la evaluación cuantitativa de elementos textuales, se utilizaron varias técnicas de extracción, manipulación sistemática y análisis de datos de texto. Se utilizó un enfoque estadístico de los términos más frecuentes y se crearon categorías que representan patrones de clasificación, es decir, agregados textuales. También se evaluaron las asociaciones entre palabras o términos, es decir, relaciones sintagmáticas y paradigmáticas, respectivamente.

En los análisis se utilizó el texto en español de cada perfil.¹ Las llamadas “palabras de detención” se han eliminado, es decir, las palabras que no tienen relevancia para el contenido (por ejemplo: y, el, las) y las palabras restantes se han hecho en minúsculas (“lower case”). Se utilizaron filtros para detectar y contar palabras de uso frecuente en todos los textos. La ponderación entre las palabras principales se presentó en forma de nube de palabras (“word cloud”). También se realizó un aná-

¹ Algunos textos tenían una escritura gramatical irregular. En estos casos, para un correcto análisis del contenido en el software, se realizó la estandarización del idioma y la corrección de errores tipográficos.

lisis estratificado de acuerdos con las regiones de España. Las coincidencias entre palabras (biogramas) se analizaron mediante gráficos de red de palabras. El programa estadístico R (versión 3.4.2, Core Team, 2017) fue utilizado en los análisis.

Cuestiones éticas

La investigación comenzó después de la aprobación del Comité de Ética en Investigación de la Universidad de Tiradentes, el 18 de diciembre de 2018, a través del dictamen 3,092,950 (CAAE: 85367418.3.0000.5371).

Se evaluaron los términos del acuerdo del sitio para asegurarse del carácter de acceso abierto para cualquier persona. El consentimiento no fue necesario porque la investigación se lleva a cabo con la descarga de mensajes en sitio web comercial, no hay intervención o interacción. Se mantuvo el anonimato de las personas que escribieron los anuncios. Esta medida permite la divulgación de materiales potencialmente peligrosos, perjudiciales, embarazosos, estigmatizantes o incluso ilegales que pueden estar presentes en el contenido de los anuncios (Kozinets, 2014).

Resultados

Características demográficas de los anuncios brasileños publicados en el sitio español

La muestra consistió en 486 perfiles de trabajadoras sexuales brasileñas en un sitio web de origen en España. Las edades de las mujeres oscilaron entre 18 y 60 años, con un promedio de 29,5 años \pm 7,0 años (Tabla 2). En cuanto al color de la piel, 259 eran pardas (53,29%), 181 (37,24%) blancas, 46 (9,47%) negras. Todos informaron en sus anuncios que estaban disponibles para el público masculino, 50 (9,26%) incluyeron público femenino y 45 (10,29%) ofrecen atención a parejas.

Tabla 2. Características de los anuncios de trabajadoras sexuales brasileñas en un sitio español.

	Media \pm DE	Mediana (IQR)	Min-Máx
Edad de las trabajadoras sexuales	29,5 \pm 7,0	28 (25-34)	18-60
Número de fotos por anuncio	4,1 \pm 2,5	4 (3-5)	0-33
Vistas de teléfonos	491,2 \pm 946,5	131 (34-451)	0-6067
Vistas de perfil	79644,1 \pm 365845,2	11923 (3164-42514)	40-5511113

Nota: DE = desviación estándar

IQR = Rango Intercuartil

El sitio tiene métricas de calificación de anuncios, y las más importantes son la cantidad de vistas en perfiles y teléfonos, que reflejan cuales son los perfiles más buscados y contactados, respectivamente. Las mujeres brasileñas tuvieron un promedio de $79\,644,1 \pm 365\,845,2$ vistas en el perfil y $491,2 \pm 946,5$ vistas en el teléfono (Tabla 2).

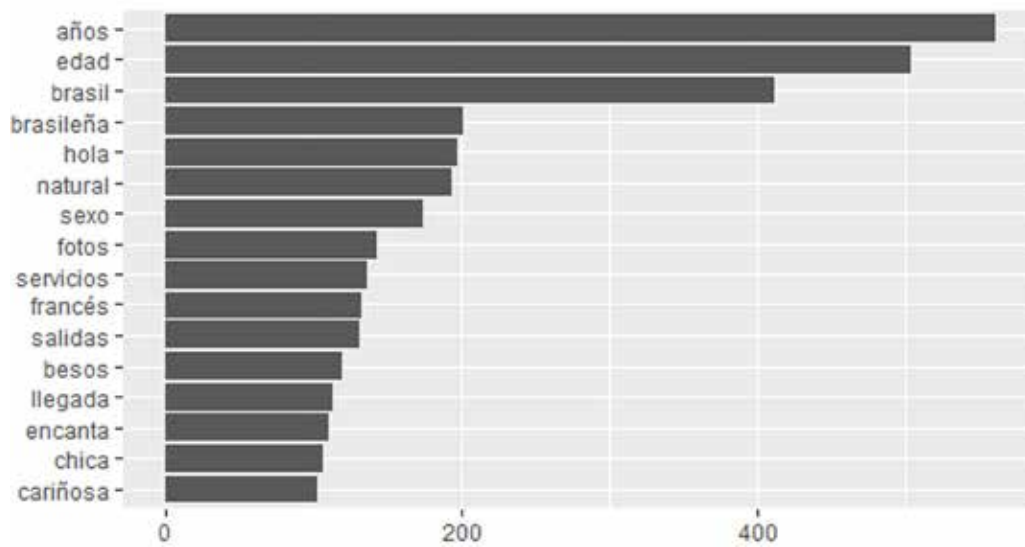
Las provincias más pobladas, incluidas Barcelona ($n = 87$; 17,90%), Madrid ($n = 65$; 13,37%); y Valencia ($n = 50$; 10,29%), tenían más perfiles, con 5,600,000, 6,500,000 y 2,500,000 habitantes en 2018, respectivamente. Sin embargo, los lugares con menos perfiles no eran esencialmente los menos poblados. Sevilla (cuarto más poblado) y Murcia (séptimo más poblado) tenían solo 2 (0,41%) y 3 (0,62%) perfiles, respectivamente.

Se registran más perfiles en comunidades con mayores densidades turísticas, principalmente la capital de España y las provincias costeras del Mediterráneo y el Atlántico. La distribución de anuncios de mujeres brasileñas en las comunidades autónomas de España se concentra principalmente en la comunidad de Madrid (13,37%), Andalucía (10,91%), Comunidad Valenciana (10,29%), Islas Baleares (9,05%), Cataluña (7,82%) y Galicia (7,82%). No se encontraron anuncios de mujeres brasileñas en La Rioja, Navarra y Cantabria, comunidades ubicadas en el norte de España.

Análisis de contenido de códigos insertados en anuncios de trabajadoras sexuales brasileñas en un sitio web en España: minería de datos

Entre las palabras que se encuentran con mayor frecuencia en los anuncios brasileños en España (Figura 1a), se observa que las palabras derivan de atributos relacionados con características personales (años, edad, fotos, natural, chica), origen (Brasil, brasileña, llegada), oferta (besos, sexo, servicios, francés, salidas), saludo (hola) y emociones (encanta).

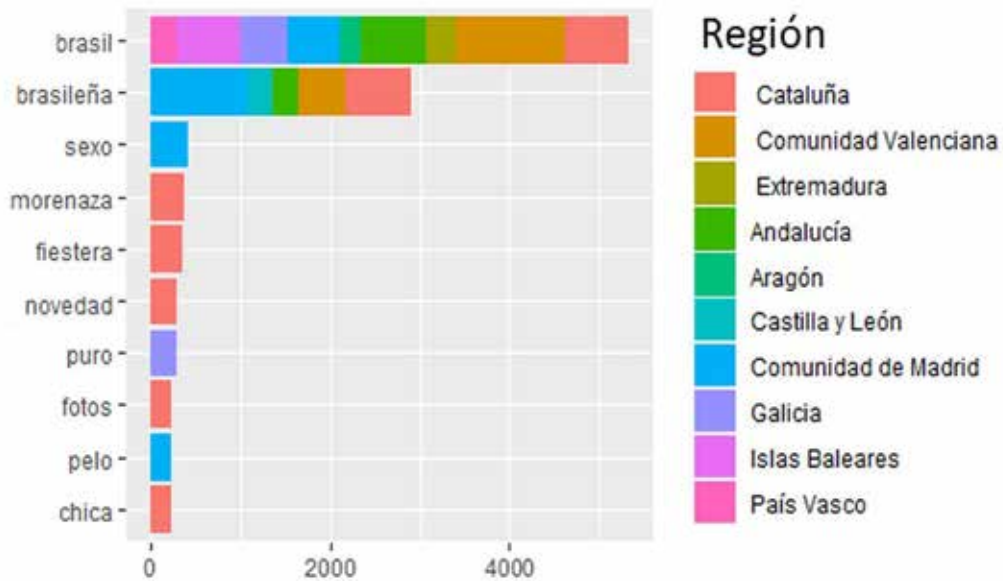
Figura 1. Palabras principales citadas en anuncios de trabajo sexual ofrecidos por mujeres brasileñas en el sitio web de España, 2019.



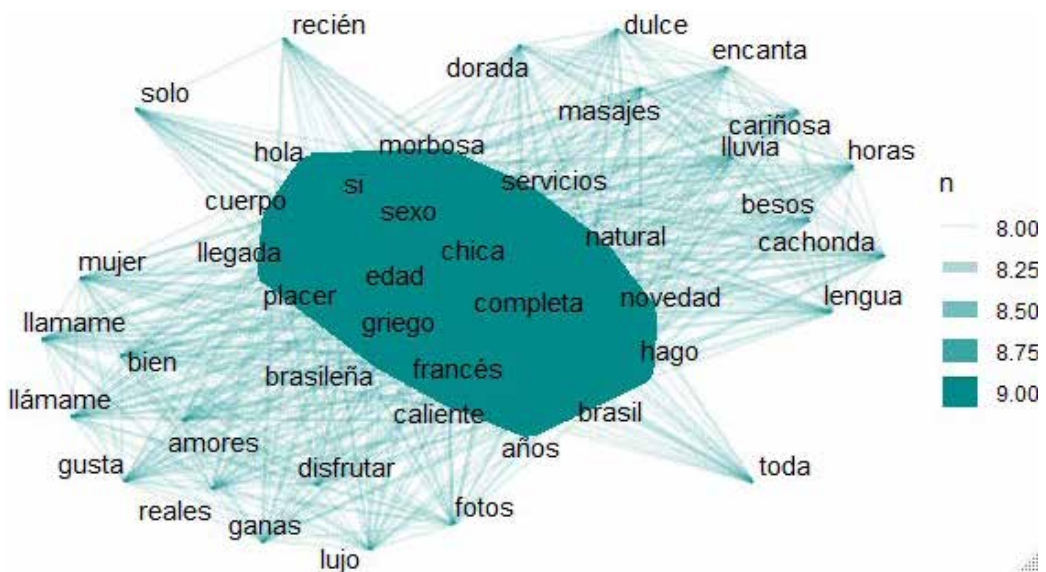
a) Histograma con las palabras más citadas en los anuncios



b) Nube de palabras con las palabras principales en el discurso de los anuncios



c) Distribución de las palabras más citadas por la comunidad autónoma de España



d) Red de palabras utilizadas

Se realizó una estimación de “nube de palabras” (“word clouds”), donde la escala fuente de cada palabra es proporcional a su frecuencia (Figura 1 b). Se hace hincapié en los problemas de edad y nacionalidad. La edad es algo que influirá en la elección del cliente debido a los patrones de preferencia personal. En cuanto a la

imagen brasileña, se observó que la figura se configura como un espejo de belleza y atracciones sexuales. El discurso en los anuncios elogia el hecho de que ella es una mujer brasileña como si todos tuvieran un gran poder de seducción debido a su nacionalidad:

*“(...) recién llegada de **Brasil** y te ofrezco la mejor compañía erótica de la capital. Comparte mi cama y disfruta de un volcán de sexualidad de la tierra de las mujeres más sensuales y voluptuosas del planeta, si nunca has probado una experiencia tan caliente, no sabes lo que te pierdes (...).”* (Registro 528091795, 15/07/2019)

*“(...) nascí en **Brasil** y como buena brasileña soy mujer de sangre caliente, ardiente y fogosa (...).”* (Registro 534391950, 17/08/2019)

*“(...) una **brasileña** nueva en Madrid, y he venido para traerte todo el calor y la pasión que tenemos las mujeres brasileñas (...).”* (Registro 534569490, 20/08/2019)

Las mujeres brasileñas están representadas en diferentes regiones, considerando las llamadas características “típicas” de Brasil (Figura 1 c). Los patrones de representación de la trabajadora sexual brasileña en Cataluña a menudo están relacionados con la “morenidad” de la piel, característica del mestizaje étnico-racial (luso-ibéricas, indoamericanas y afronegras) presentes en Brasil:

*“Soy una bella y encantadora brasileña, **morenaza** de cuerpo espléndido (...).”* (Registro 522080945)

*“Soy un **morenaza** brasileña completita me encantaría vivir muchas aventuras (...).”* (Registro 526801869)

*“Expectacular **morenaza** de infarto com pechos XXL. Recién aterrizada de Brasil, pasión carioca. Ven a disfrutar de mi aterciopelada **piel canela** y de mis enormes pechos.”* (...).” (Registro 518511654)

En esta región también es recurrente la asociación a fiestas y novedades. El concepto del término “chica fiestera” está relacionado con el servicio sexual adicional y significa el uso de alcohol y drogas como la cocaína. El uso del término “novedad” es una estrategia competitiva para mencionar que es nuevo en el área:

*“Hola amores soy recién llegada brasileña **fiestera** (...) la reina del vicio por primera vez en tu ciudad.”* (Registro 525371907)

“*Novedad escort morbosa (...) soy muy fiestera me encanta pasarlo bien.*” (Registro 534929974)

“*Novedad cachonda morbosa (...) fiestera y viciosa a tope.*” (Registro 531562107)

En Madrid, se encontraron varios anuncios que describen el servicio sexual ofrecido, seguido del término “pelo”, que representa el sexo sin condón. En algunos discursos, el término “pelo” también se usó para describir el color o el tamaño del cabello:

“*Original de Brasil guapa y exótica, pelo negro, ojos verdes (...).*” (Registro 523072681)

“*Brasileña sexo a pelo actriz pornô (...). Servicios que realizo: besos francés natural hasta el final, puedo jugar con tu leche en mi boca y tragarlo. Griego profundo. Dominación. Lluvia dorada. Atención a parejas.lésbico real. Tríos. Sexo natural.*” (Registro 534083467)

“*(...) chupada a pelo hasta el final o sexo rico morboso con preliminares y muchas cositas.*” (Registro 523784903)

Mientras que, en la región de Galicia, el término “puro” se destacó con el sentido de autenticidad:

“*Venga pasar buenos momentos conmigo soy puro fuego de Brasil.*” (Registro 534735381)

“*(...) latina puro vicio muy cachonda muy simpática foto real.*” (Registro 533055864)

“*Puro Brasil un capricho (...) primera vez en Vigo.*” (Registro 532982961)

Se realizó un análisis de la red de asociación entre las palabras contenidas en el anuncio. La red mostró el grado de asociación entre sus elementos considerando palabras asociadas en el mismo anuncio. La Figura 1(d) muestra la topología de esta red, presentando 42 palabras en la red. Términos como “sexo”, “chica”, la conjunción condicional “si”, “edad”, “griego” y francés “ocupan posiciones centrales en la red. Los términos conectados representan tipos de relaciones sexuales, características personales y servicios ofrecidos. Los significados de los códigos encontrados se describen en el Apéndice I.

Análisis estadístico de anuncios de trabajadoras sexuales brasileñas en España

El contenido de la información reportada en los anuncios seleccionados en la muestra fue codificado para describir el perfil de los anunciantes brasileños en un sitio en español (Tabla 3). Entre los servicios sexuales ofrecidos se encuentra la “fiesta blanca” (19,55%), un término español utilizado para ofrecer sexo con cocaína, en el que el consumidor de drogas puede ser el cliente y / o el trabajador sexual.

Tabla 3. Comunicación codificada de trabajadoras sexuales brasileñas, España, 2019.

Categoría	Variable	Sí		No	
		n	%	N	%
Servicios sexuales ofrecidos	Masaje	85	17,49	401	82,51
	Escort de lujo	9	1,85	477	98,15
	Experiencia de citas	51	10,49	435	89,51
	Swing	53	10,91	433	89,09
	Prácticas BDSM	44	9,05	442	90,95
	Lluvia dorada	55	11,32	431	88,68
	Fiesta Blanca	95	19,55	391	80,45
	Sexo online	4	0,82	482	99,18
Salud	Sexo sin condón	133	27,37	353	72,63
	Uso de tabaco	5	1,03	481	98,97
	Uso de alcohol	69	14,20	417	85,80
	Uso de otras drogas	60	12,35	426	87,65
	Disponible 24 horas del día	121	24,90	365	75,10
Seguridad y protección	Acepta viajes a otros lugares	4	0,82	482	99,18
	Salidas a hoteles y domicilio	74	15,23	412	84,77
	Propia ubicación	101	20,78	385	79,22
	Trabaja en burdel o SPA	23	4,73	463	95,27
	Foto facial visible	124	25,51	362	74,49
	Presencia de restricciones en el anuncio	26	5,35	460	94,65
	Presencia de exigencias en el anuncio	29	5,97	457	94,03

Los anunciantes a menudo ofrecen servicios de masajes, incluso algunos son masajistas profesionales. Ofrecer lluvia dorada también es común y significa orinar al cliente o viceversa. La práctica del swing también se suele ofrecer y es el sexo grupal. No pocas veces, también ofrecen la experiencia de citas. Las prácticas BDSM (acrónimo del término “Bondage/Esclavitud, Disciplina, Dominación,

Sumisión, Sadismo y Masoquismo”) se ofrecieron en el 9.05% de los anuncios. En algunos anuncios se citaron servicios de acompañantes de lujo y servicios sexuales en línea, 1,85% y 0,82%, respectivamente (Tabla 3).

Aún en la tabla 3, podemos identificar algunos comportamientos de riesgo para la salud, como el sexo sin condón (27,37%); el uso de alcohol (14,20%) y otras drogas (12,35%); poner a disposición el servicio las 24 horas del día (24,90%), sin horas de descanso. En cuanto a los aspectos que mejoran la seguridad, una pequeña porción acepta viajar a otros lugares (0,82%); es más común tener su propio lugar para atender al cliente (20,78%) que ir a hoteles y domicilio (15,23%); y la mayoría no identifica la cara en el anuncio (74,49%). Con todo, el número de anuncios con restricciones (5,35%) y requisitos (5,97%) es pequeño.

Se diseñó un modelo de regresión binomial negativa truncada cero para estimar los predictores de la vista de perfil de los anunciantes de trabajadoras sexuales brasileñas en un sitio en español (Tabla 4).

Tabla 4. Modelo de regresión binomial negativa truncada a cero, con tasa de incidencia para ver el perfil del anunciante de trabajadora sexual brasileña en España, 2019.

	IRR	IC a 95%	p
Color de la piel			
Negra (referencia)			
Blanca	1,59	0,89 – 2,88	0,118
Parda	2,61	1,48 – 4,60	0,001
Edad			
Edad	0,49	0,25 – 0,96	0,001
Edad ²	1,02	1,00 – 1,04	0,009
Edad ³	1,00	0,99 – 1,00	0,137
Elementos visibles en la foto			
Cara	1,05	0,71 – 1,55	0,823
Genital	1,02	0,70 – 1,47	0,932
Servicios ofrecidos			
Masaje	0,48	0,71 – 1,55	0,002
Escort de lujo	1,78	0,44 – 7,29	0,422
Experiencia de citas	0,44	0,25 – 0,77	0,004
Swing	5,45	3,17 – 9,37	<0,001
Practicas BDSM	1,12	0,59 – 2,15	0,711
Lluvia dorada	0,74	0,41 – 1,34	0,315
Sexo sin condón	1,06	0,72 – 1,57	0,774
Sexo online	6,22	0,30 – 126-86	0,235

Lugar de encuentro fuera de línea			
Proprio	0,76	0,49 – 1,16	0,198
Burdel o spa	1,15	0,50 – 2,65	0,741
Viaja a otro lugar	0,83	0,48 – 1,44	0,508
Consumo de tabaco	0,19	0,01 – 2,63	0,217
Uso de alcohol	0,96	0,51 – 1,81	0,901
Uso de otras drogas	1,41	0,79 – 2,52	0,245
Disponibilidad 24h	1,43	0,96 – 2,11	0,077

IRR= "incidence rate ratio" o razón de tasas de incidencia; IC = intervalo de confianza

Entre los servicios ofrecidos, el swing aumenta la probabilidad de ver el perfil (IRR = 5,45; IC 95%: 3,17 – 9,37; $p < 0,001$), mientras que la experiencia de citas (IRR = 0,44; IC 95%: 0,25 – 0,77; $p = 0,004$) y masaje (IRR = 0,48; IC 95% 0,71 – 1,55; $p = 0,002$) disminución (Tabla 4).

Se diseñó otro modelo de regresión binomial negativa para estimar los predictores de visualización telefónica de los anunciantes de trabajadoras sexuales brasileñas (Tabla 5).

Tabla 5. Modelo de regresión binomial negativa, con índice de incidencia para la visualización telefónica del anunciante de trabajadora sexual brasileña en España, 2019.

	IRR	IC a 95%	p
Color de la piel			
Negra (referencia)			
Blanca	1,40	0,99 – 2,00	0,057
Parda	1,58	1,14 – 2,20	0,006
Edad			
Edad	0,56	0,39 – 0,83	0,003
Edad ²	1,01	1,00 – 1,03	0,009
Edad ³	1,00	0,99 – 1,00	0,029
Elementos visibles en la foto			
Cara	1,11	0,89 – 1,39	0,265
Genital	0,93	0,76 – 1,14	0,485
Servicios ofrecidos			
Masaje	0,64	0,49 – 0,84	0,001
Escort de lujo	1,78	0,83 – 3,83	0,141
Experiencia de citas	0,62	0,45 – 0,86	0,004
Swing	1,15	0,85 – 1,56	0,372
Practicas BDSM	0,90	0,62 – 1,30	0,564

Lluvia dorada	1,49	1,07 – 2,08	0,020
Sexo sin condón	1,28	0,99 – 1,54	0,061
Sexo online	3,17	0,74 – 13-63	0,121
Lugar de encuentro fuera de línea			
Proprio	0,86	0,67 – 1,10	0,236
Burdel o spa	0,56	0,36 – 0,89	0,014
Viaja a otro lugar	0,94	0,68 – 1,29	0,698
Consumo de tabaco	0,14	0,40 – 0,54	0,004
Uso de alcohol	1,86	0,53 – 1,03	<0,001
Uso de otras drogas	0,73	1,35 – 2,58	0,077
Disponibilidad 24h	1,02	0,82 – 1,29	0,833

IRR= "incidence rate ratio" o razón de tasas de incidencia; IC = intervalo de confianza

Entre los servicios ofrecidos, la práctica de lluvia dorada aumenta la probabilidad de ver el perfil (IRR = 1,49; IC 95% 1,07 – 2,08; $p = 0,020$), mientras que la experiencia de citas (IRR = 0,62; IC 95%: 0,45 – 0,86; $p = 0,004$) y masaje (IRR = 0,64; IC 95%: 0,49 – 0,84; $p = 0,001$) disminuyó. Trabajar en prostíbulos o spa disminuyó significativamente (IRR 0,56; IC 95% 0,36 – 0,89; $p = 0,014$) el número de visitas telefónicas, así como el consumo de tabaco (IRR 0,14; CI 95% 0,40 – 0,54; $p = 0,004$). El consumo de alcohol aumenta la posibilidad de ver el teléfono en un 86% ($p < 0,001$) (Tabla 5).

La Figura 2 ilustra las curvas de tendencia para el número de vistas de perfiles y teléfonos de trabajadoras sexuales brasileñas en España. Con respecto al número de vistas en el perfil, las mujeres pardas una IRR 2,61 veces mayor que las mujeres negras ($p = 0,001$). Con respecto a la variable de edad, la predominante fue la curva de regresión U. Las curvas U apuntan a la relevancia de los términos cuadráticos (Tabla 4 y Figura 2).

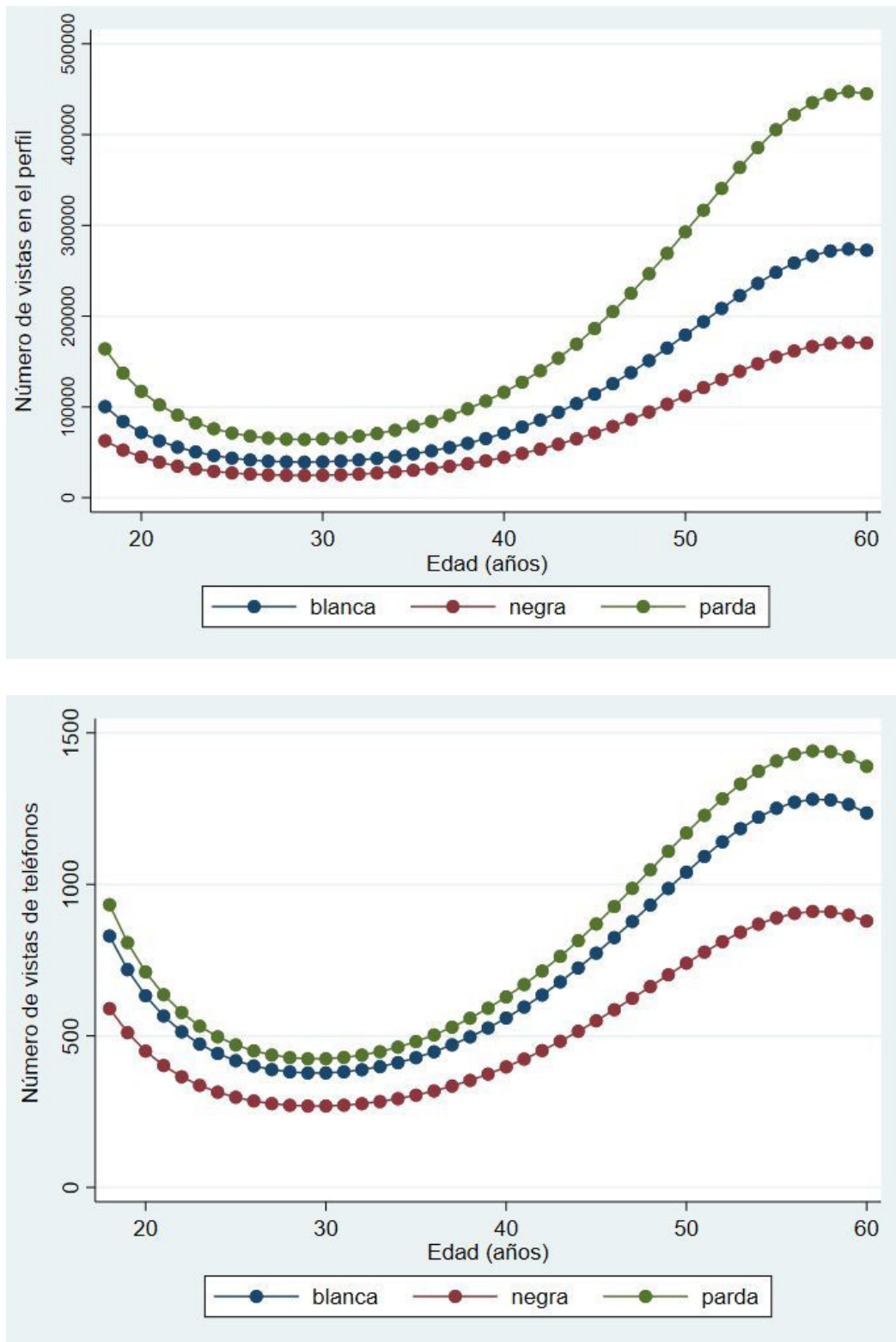


Figura 2. Número de vistas de perfiles y teléfonos de trabajadoras sexuales brasileñas en un sitio español, por color de piel y edad.

Con respecto al número de visitas telefónicas, se observa que las mujeres pardas (IRR = 1,58; IC 95% 1,14 – 2,20; $p = 0,006$) y las mujeres blancas (IRR = 1,40; IC 95%: 0,99 – 2,00; $p = 0,057$) son más contactadas en comparación con las mujeres negras. Con respecto a la variable de edad, lo que predominó fue una curva de regresión en S para las vistas telefónicas. La curva S apunta a la relevancia de los términos cúbicos (Tabla 5 y Figura 2).

Se realizó una comparación entre los modelos de predicción para la vista de perfil y la vista de teléfono del anunciante (Figura 3). Tener un color de piel pardo en comparación con otros colores de piel influye en la visualización del perfil más que en el teléfono. Mostrar la imagen de la cara influye en ellos más que ser contactado en lugar de la curiosidad del cliente por ver el perfil.

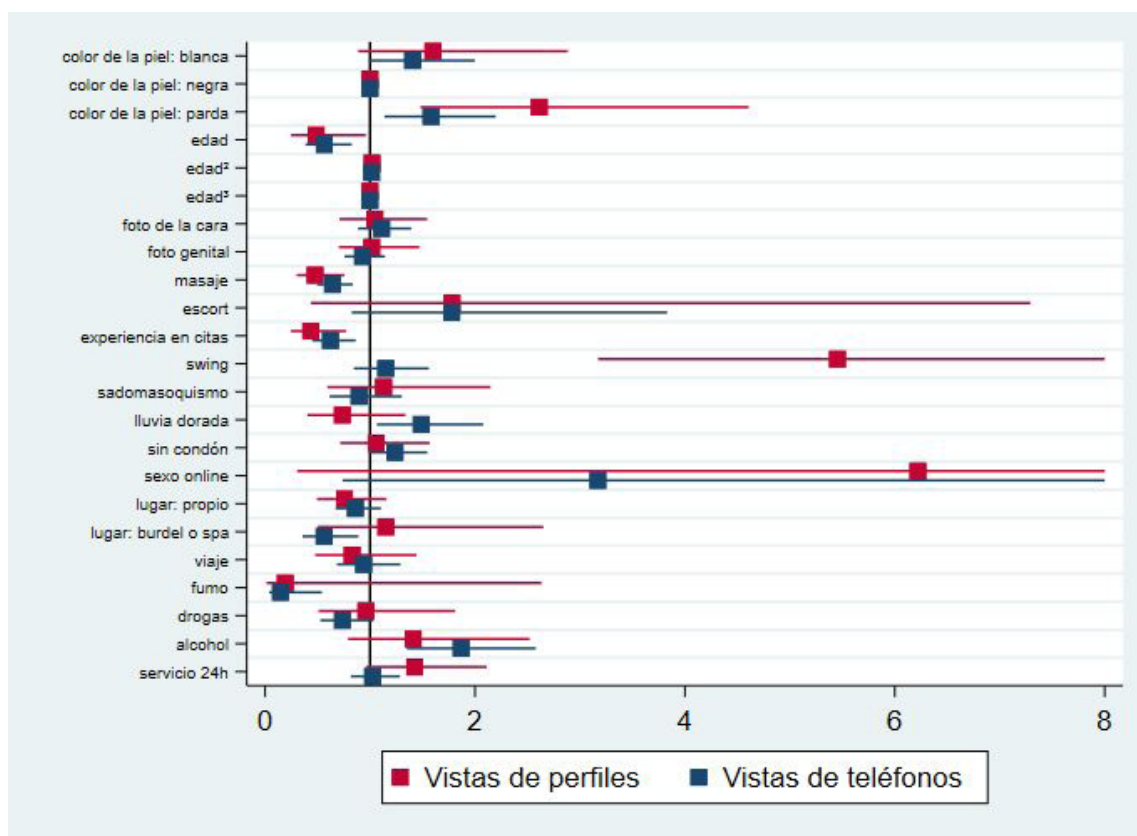


Figura 3. Comparación entre los modelos de predicción para la vista de perfil y la vista telefónica del anunciante de trabajadoras sexuales brasileñas en España, 2019.

Los servicios sexuales de swing y de sexo en línea parecen influir más en la búsqueda, mientras que el suministro de lluvia dorada, el sexo sin condón y el alcohol influyen en ellos más para ser contactados. Aquellos que ofrecen trabajo sexual en prostíbulos o spas tienen más vistas de perfil, mientras que aquellos que trabajan en su propio lugar y que aceptan viajar a otros lugares son más contac-

tados, es decir, aquellos que trabajan independientemente son preferidos por el cliente (Figura 3).

Discusión

El Internet ha remodelado la forma en que las trabajadoras sexuales y los clientes se conectan. Los hallazgos representan una serie de problemas emergentes en la industria femenina. Se realizó una búsqueda sistemática de bases de datos nacionales e internacionales y se descubrió que este es el primer estudio cuantitativo brasileño sobre plataformas utilizadas en publicidad sexual comercial y la forma en que las trabajadoras sexuales enmarcan la información para clientes potenciales. El estudio representa una población de difícil acceso compuesta por anuncios de trabajadoras sexuales brasileñas que emigraron a España. Los códigos vigentes en esta comunicación expuestos en Internet se describieron y analizaron teniendo en cuenta las conceptualizaciones asociadas con el idioma del país de origen del sitio web.

Como era de esperar, en el presente estudio, después de Madrid, la distribución de anuncios de mujeres brasileñas se concentró en áreas turísticas de alta densidad de la zona costera. También se observó que los discursos de las trabajadoras sexuales reproducían el estereotipo que asocia la imagen brasileña como un atributo de la sensualidad y la hipersexualidad.

En España, hay una importante presencia de inmigrantes brasileños y diferentes trabajos de investigación apuntan a la construcción de una imagen estereotipada de las mujeres brasileñas (Piscitelli, 2007, 2008, 2009; Castro & Pinto, 2014; Brito & Bona, 2015; Moraes, Alves & Queiroz, 2016). Estos estudios muestran el predominio de una imagen erotizada que, en muchos casos, asocia la inmigración brasileña con el tema de la prostitución. Además, los medios de comunicación de España han revelado discursos que refuerzan los estereotipos y mitos sobre las mujeres brasileñas que pueden alimentar la imaginación de los turistas mediante la promoción del turismo sexual.

Sobre todo, en España, el estereotipo de hipersexualización se extiende a las mujeres latinoamericanas en general (Echezarrieta & Leyva, 2008), no solo a las brasileñas. Por esta vía, los estereotipos se reconvierten en técnicas publicitarias al servicio de esta industria. Un estudio sobre la publicidad del mercado sexual español reconoció cuestiones de racialización-etnificación en el discurso (Rodríguez-Borges & Martín-Palomino, 2017), y describió como llamativa la copiosa presencia de mujeres procedentes de otros países, identificadas por su nacionalidad de origen (brasileña, rumana, cubana, japonesa, etc.) o por su pertenencia étnica (negra, mulata, asiática, oriental).

Además de la nacionalidad, los términos que se citan con mayor frecuencia en los anuncios encontrados se relacionan con el marketing personal a través de características étnicas, descripción física y carácter emocional. Como argumentan muchos (Bernstein, 2001; Katsulis, 2010; Kay Hoang, 2011; Milrod & Weitzer, 2012; Sanders, 2008, 2012; Huysamen & Boonzaier, 2015; Jones & Hannem, 2018), el trabajo sexual no es solo una transacción económica, sino que también implica intimidad emocional. Según Kay Hoang (2011) y Sanders (2012), no es necesariamente diferente del contenido de las relaciones sexuales no comerciales, en las que se producen y consumen intimidades emocionales y físicas y pueden desarrollarse intercambios recreativos.

Además, hubo comunicación del servicio que se ofreció y fue posible identificar códigos que reflejaban el uso recreativo de drogas y el sexo sin condón que se refieren a la intimidad y la situación de riesgo. Las trabajadoras sexuales comúnmente usan códigos a través de términos o siglas para expresar servicios ilegales, conductas desviadas y / o estigmatizados socialmente (Sanders, Connelly & King, 2016; Vartabedian, 2017; Kille et al., 2017; Kuhar & Pajnik, 2019).

La cuestión de qué compran los clientes cuando pagan por encuentros sexuales ha sido objeto de un amplio debate (Holt & Blevins, 2007; Joseph & Black 2012; Adriaenssens & Hendrickx, 2012; Blackwell & Dziegielewski, 2013; Armstrong, 2014; Pajnik et al., 2016; Sanders, Connelly & King, 2016; Burghart, 2018; Huysamen, 2018; Kuhar & Pajnik, 2019). En este estudio, a través del análisis de regresión logística, fue posible identificar las preferencias de los clientes con respecto a qué perfiles se ven más y cuáles se contactan más a través de la vista telefónica.

Las diferencias de edad y color de piel, por ejemplo, aparecieron como variables significativas para las métricas de perfil y vista del teléfono. Las mujeres pardas y los extremos de edad, más jóvenes y mayores, son la preferencia de los clientes que buscan trabajadoras sexuales brasileñas en España. Con respecto a la variable de edad, el modelo mostró relevancia para los términos cuadráticos en la vista de perfil y los términos cúbicos para la vista del teléfono.

Otros estudios evaluaron la importancia del factor de edad en la preferencia del cliente y observaron la edad más joven representada como más atractiva (Adriaenssens & Hendrickx, 2012; Blackwell & Dziegielewski, 2013; Outeiriño, García & Urada, 2018). Un estudio describió la falsificación de la edad descendente como una estrategia de marketing común para las trabajadoras sexuales (Outeiriño, García & Urada, 2018), mientras que otros ocultan su edad para ser percibidos como más jóvenes (Blackwell & Dziegielewski, 2013). Además, las trabajadoras sexuales mayores se involucran en relaciones sexuales sin protección con mayor frecuencia como una forma de aumentar la atracción del cliente (Adriaens-

sens & Hendrickx, 2012). Sin embargo, ninguno de estos estudios utilizó modelos ajustados por términos cuadráticos y cúbicos.

Sobre el color de la piel, la observación de la prostitución desde una perspectiva étnico-racial pone de relieve el racismo en el comportamiento de los clientes. Por ejemplo, las negras suelen quedar en los peores pisos o en las peores calles. Además, un fenómeno globalizado como el de la prostitución conduce por su propia naturaleza a un mercado también internacionalizado en el que los clientes exigen y obtienen el acceso a una oferta en la que el exotismo de las mujeres ofertadas cotiza como un valor añadido (Cobo, 2016). La imagen de la mujer brasileña resulta estar compuesta de atributos comúnmente relacionados con la nacionalidad, como la “morenidad” de la piel que fue muy destacada en los anuncios y en la preferencia de los clientes.

Los patrones de trabajo mostraron vulnerabilidades potenciales de salud y seguridad, como el sexo sin protección, la identificación de la cara del anunciante, la oferta de viajes a otros lugares con el cliente y el uso de alcohol y otras drogas. Con todo, entre estas prácticas, solo el consumo de alcohol influyó significativamente en el número de visitas telefónicas de los anunciantes.

Estudios anteriores han encontrado que el uso de condones publicitados en Internet era inconsistente y el uso de drogas durante la prestación de servicios sexuales fue significativo (Mimiaga et al., 2009; Blackwell & Dziegielewski, 2013; Kille et al., 2017). Otros estudios abordan el papel activo de los clientes en la búsqueda de sexo sin protección en Internet (Parsons, Bimbi & Halkitis, 2001; Vartabedian, 2017). No obstante, Cunningham y Kendall (2010) sugieren que tanto la información proporcionada por los clientes en los foros como la publicidad de ofertas en línea muestran una menor frecuencia de prácticas riesgosas en comparación con las trabajadoras sexuales callejeras.

Hay una oferta representativa de servicios sexuales atípicos que son denominados “parafilia” en el último o Manual diagnóstico y estadístico de trastornos mentales (DSM-V) de la Asociación Estadounidense de Psiquiatría (APA). El DSM-V clasifica como parafilia todo comportamiento sexual, que de alguna manera tiene como objetivo la excitación, el erotismo y obtener placer solo de tal objeto, situación, lugar, y no a través de la cópula en sí (APA, 2014). En la literatura biomédica se ha producido una evolución hacia la despatologización de las conductas sexuales atípicas practicadas por individuos con mutuo consentimiento (Giami, 2015). Debe tenerse en cuenta que no siempre es una “desorden”, es decir, un comportamiento patológico que se articula bajo el estado de naturaleza obsesiva, incontrolable e impulsiva.

En el contexto de los servicios sexuales ofrecidos por las trabajadoras sexuales, conceptos como dominación, sumisión, lluvia dorada, fetichismo y sadomaso-

quismo pueden considerarse prácticas de parafilia. La lluvia dorada, por ejemplo, influyó significativamente en el número de visitas telefónicas de los anunciantes.

Implicaciones prácticas

Los resultados de esta investigación pueden generar políticas públicas centradas en campañas de salud dirigidas a personas que están directa o indirectamente involucradas con el trabajo sexual comercializado en Internet. Este es un contexto de salud pública que reconoce la naturaleza emergente y cambiante del trabajo sexual, lo que significa programas y políticas apropiadas para este grupo de población.

Las comunidades en línea relacionadas con el trabajo sexual son vías importantes para realizar educación sexual y oportunidades únicas para llegar a clientes y trabajadoras sexuales, subpoblaciones a menudo excluidas (Kille et al., 2017). Se cree que a medida que Internet continúa creciendo, es probable que más trabajadoras sexuales anuncien servicios a través de Internet. Las estrategias futuras para la promoción de la salud pueden tener en cuenta los códigos actuales y las preferencias de los clientes para los enfoques relacionados con la realidad de las trabajadoras sexuales. Las iniciativas de salud pública deberían reflejar e incorporar este conocimiento.

Sin embargo, cabe mencionar que el acceso a los servicios de salud pública puede verse limitado en el contexto de la inmigración irregular, ya sea por falta de documentación y / o por no estar empadronados en un lugar determinado (González, 2018). A menudo, la única asistencia sanitaria disponible a los “inmigrantes sin papeles” es la proporcionada por diferentes actores del llamado Tercer Sector. Así, la comprensión de los códigos vigentes en los anuncios de prostitución también puede ser útil a la práctica profesional de las organizaciones no gubernamentales que asisten a estas mujeres.

Cabe señalar también que, si bien la mayoría de las mujeres afirman ser plenamente autónomas y libres, sin una investigación exhaustiva, no se puede descartar el riesgo de que algunas sean víctimas de explotación sexual por rufianismo o trata de personas. Las mujeres sometidas al proxeneta o tratante tendrán mayores dificultades relacionadas con el estado de salud general, acceso a atención médica y consumo forzado de drogas legales e ilegales durante la explotación sexual (Fernández-Raigada, 2018). En estos casos, la comprensión de los códigos y la educación sexual pueden no ser suficientes para la práctica del autocuidado, ya que las víctimas son sumisas al explotador.

Limitaciones y potencialidades

Primero, sobre las limitaciones del trabajo en cuestión, nuestra muestra deriva de una fuente secundaria con información limitada de lo que se publicó en el anuncio de la trabajadora sexual. Otra limitación es que todos los participantes ofrecen servicios principalmente a clientes masculinos. Si bien algunos anuncios se extienden a clientes y parejas femeninas, nuestro estudio no aborda el trabajo sexual femenino basado únicamente en el deseo homosexual. Se puede suponer que estas experiencias difieren de las experiencias basadas en el sexo opuesto de nuestra muestra.

Entre las potencialidades, este estudio ofrece una metodología más sólida que otras publicaciones sobre el tema. El análisis de contenido se realizó a través de la estrategia de minería de datos y el análisis estadístico específico para datos contables. Los estudios de análisis de contenido anteriores se limitaron al análisis de muestras pequeñas y se utilizaron pocas pruebas estadísticas (Adriaenssens & Hendrickx, 2012; Blackwell & Dziegielewski, 2013).

Conclusión

Los anuncios brasileños en España se distribuyen principalmente en las zonas turísticas costeras. El análisis de contenido reveló códigos importantes en la comunicación de características personales, servicios sexuales ofrecidos y prácticas de riesgo relacionadas con la salud y la seguridad. Se observó el énfasis en la nacionalidad como un atributo de la sensualidad.

Con respecto a la variable de edad, los modelos de visualización de perfil y teléfono fueron relevantes para términos cuadráticos y cúbicos, respectivamente, con una disminución en las vistas de anuncios publicadas por mujeres de mediana edad. Tener el color de la piel parda aumenta las posibilidades de ver el perfil y el teléfono en comparación con el blanco y negro. Los más relevantes fueron la oferta de “swing” y “sexo en línea” para ver el perfil; y “lluvia dorada”, “alcohol” y “sexo sin condón” para ver el teléfono. Trabajar independientemente, en su propio lugar o viajar a otro lugar aumenta las posibilidades de ser contactado.

Recibido: 12/07/2019
Aceptado para publicación: 20/08/2020

Bibliografía

- ADRIAENSSENS, Stef & HENDRICKX, Jef. 2012. "Sex, price and preferences: accounting for unsafe sexual practices in prostitution markets". *Sociology of health & Illness*. Noviembre 2012. Vol. 34, nº 5, p. 665-680.
- ALLES, Natália Ledur & COGO, Denisa. 2016. "Mídia e Migração Feminina (In)distinções entre trabalho sexual e tráfico de pessoas". *Revista de Pesquisa sobre Migrações*. Vol. 2, n. 2, p. 01-17.
- ARMSTRONG, Lynzi. 2014. "Screening clients in a decriminalised street-based sex industry: Insights into the experiences of New Zealand sex workers". *Australian and New Zealand Journal of Criminology*. Marzo 2014. Vol. 47, nº 2, p. 207-222.
- BARROSO-PAVÍA, Rafael, PASSOS, Taciana S, & OLIVEIRA, Cristiane C. 2017. Intervención Social Con Mujeres Que Ejercen La Prostitución. In: *Libro de Intervención Social con Colectivos Vulnerables*. Sevilla: Editorial Dykinson. p. 208-227.
- BARROSO-PAVÍA, Rafael, PASSOS, T. S., & CORDERO-RAMOS, Nuria. 2019. "Trabajo sexual en Brasil y España: Análisis de las principales normas y políticas públicas". *RELIES: Revista del Laboratorio Iberoamericano para el Estudio Sociohistórico de las Sexualidades*. Vol. 1, nº 1, p. 124-146.
- BERNSTEIN, Elizabeth. 2001. "The meaning of the purchase: Desire, demand and the commerce of sex". *Ethnography*. Septiembre 2001. Vol. 2, nº 3, p. 389-420.
- BLACKWELL, Christopher W.; DZIEGIELEWSKI, Sophia. 2013. "Risk for a price: sexual activity solicitations in online male sex worker profiles". *Journal of Social Service Research*. Noviembre 2012. Vol. 39, nº 2, p. 159-170.
- BRITO, Danilo Lopes & BONA, Fabiano Dalla. 2014. "Sobre a noção de estereótipo e as imagens do Brasil no exterior". *Revista Graphos*, Vol. 16, nº 2, p. 15-28.
- BURGHART, Kristofor Oscar. 2018. "What's on sale? A discourse analysis of four distinctive online escort advertisement websites". *Sexuality and Culture*. Marzo 2018. Vol. 22, nº 1, p. 316-335.
- CÁRITAS-ESPAÑOLA. 2016. *Reflexiones y marcos de acción: La prostitución desde la experiencia y la mirada de Cáritas*. Madrid: Cáritas Española Editores.
- CASTLE, Tammy & LEE, Jenifer. 2008. "Ordering sex in cyberspace: a content analysis of escort websites". *International Journal of Cultural Studies*. Vol. 11, nº 1, p. 107-121.
- CASTRO, Ana Lúcia & PINTO, Renata Pires. 2014. "The body of Brazilian women in the construction of national identity". *Ciências Sociais Unisinos*. Enero 2014. Vol. 50, nº 1, p. 34-40.
- COBO, Rosa. 2016. "Un ensayo sociológico sobre la prostitución". *Política y Sociedad*. Junio 2016. Vol. 53, nº 3, p. 897-914.
- CUNNINGHAM, Scott; DEANGELO, Gregory & TRIPP, John. (04.03.2017). The Effect of Online Erotic Services Advertising on Prostitution Markets, Pricing, and Murder [en línea]. Disponible en: https://cear.gsu.edu/files/gravity_forms/45-9a8e-

- 751f713c799256f347c4aad2a49d/2017/04/Online-Erotic-Services-Advertising-and-Murder.pdf [Consultado en 05.12.2018].
- ECHEZARRIETA, Vanesa S. Y LEYVA, Maria José S. 2008. “Latinoamericanas en España: encarnación de un estereotipo ambivalente.” In: Rodrigue, I.; Martínez, J. (Ed.). *Postcolonialidades históricas: (in)visibilidades hispanoamericanas/colonialismos ibéricos*. Barcelona: An-thropos. pp. 169-186.
- FERNÁNDEZ-RAIGADA, Rosa Isabel. 2018. “Prostitución y trata con fines de explotación sexual: una visión desde la Enfermería Comunitaria”. *Revista Iberoamericana de Enfermería Comunitaria: RIdEC*. Noviembre 2018. Vol. 11, nº 1, p. 57-64.
- GIAMI, Alain. 2015. “Between DSM and ICD: Paraphilias and the Transformation of Sexual Norms”. *Archives of Sexual Behavior*. Mayo 2015. Vol. 44, p. 1127–1138.
- GONZÁLEZ, S. G. 2018. “El impacto del RDL 16/2012 en la población migrante irregular. Exclusión sanitaria y producción masiva de vulnerabilidad en España”. *Dilemata*. Enero 2018. Vol. 10, nº 26, p. 179-187.
- GRIFFITHS, Mark D. et al. 2016. “The evolution of Internet addiction: A global perspective”. *Addictive behaviors*. Febrero 2016. Vol. 53, p. 193-195.
- HOLT, Thomas J. & BLEVINS, Kristie R. 2007. “Examining sex work from the client’s perspective: Assessing johns using online data”. *Deviant Behavior*. Septiembre 2007. Vol. 28, p. 333-354.
- HUYSAMEN, Monique & BOONZAIER, Floretta. 2015. “Men’s constructions of masculinity and male sexuality through talk of buying sex”. *Culture, Health and Sexuality*. Septiembre 2015. Vol. 17, nº 5, p. 541–554.
- HUYSAMEN, Monique. 2018. “Queering the “straight” line: Men’s talk on paying for sex”. *Journal of Gender Studies*. Noviembre 2018. Vol. 28, nº 5, p. 519-530.
- JONES, Zoey & HANNEM, Stacey. 2018. “Escort clients’ sexual scripts and constructions of intimacy in commodified sexual relationships”. *Symbolic Interaction*. Julio 2018. Vol. 41, nº 4, p. 488–512.
- JOSEPH, Lauren J. & BLACK, Pamela. 2012. “Who’s the man? Fragile masculinities, consumer masculinities, and the profiles of sex work clients”. *Men and Masculinities*. Septiembre 2012. Vol. 15, nº 5, p. 486–506.
- KATSULIS, Yasmina. 2010. “Living like a king: Conspicuous consumption, virtual communities, and the social construction of paid sexual encounters by US sex tourists”. *Men and Masculinities*. Noviembre 2009. Vol. 13, nº 2, p. 210-230.
- KAY HOANG, Kimberly. 2011. “She’s not a low-class dirty girl! Sex work in Ho Chi Minh City, Vietnam”. *Journal of Contemporary Ethnography*. Abril 2011. Vol. 40, nº 4, p. 367-396
- KILLE, Julie et al. 2017. “A content analysis of health and safety communications among Internet-based sex work advertisements: important information for public health”. *Journal of medical Internet research*. Vol. 19, nº 4, p. 01-31.
- KOZINETS, Robert V. 2014. *Netnografía: realizando pesquisa etnográfica online*. Porto Alegre: Penso. 208p.

- KUHAR, Roman; PAJNIK, Mojca. 2019. "Negotiating professional identities: Male sex workers in Slovenia and the impact of online technologies". *Sexuality Research and Social Policy*. Vol. 16, n° 2, p. 227-238.
- LANGANKE, Harriet & ROSS, Michael W. 2009. "Web-based forums for clients of female sex workers: development of a German internet approach to HIV/STD-related sexual safety". *International Journal of STD & AIDS*. Enero 2009. Vol. 20, n° 1, p. 4-8.
- LEE-GONYEA, Jenifer A.; CASTLE, Tammy; GONYEA, Nathan E. 2009. "Laid to order: male escorts advertising on the Internet". *Deviant Behavior*. Marzo 2009. Vol. 30, n° 4, p. 321-348.
- LOGAN, Trevon D. 2010. "Personal characteristics, sexual behaviors, and male sex work: a quantitative approach". *American Sociological Review*. Octubre 2010. Vol. 75, n° 5, p. 679-704.
- MANNING, Elizabeth & BUNGAY, Vicky. 2017. "'Business before pleasure': the golden rule of sex work, payment schedules and gendered experiences of violence". *Culture, health & sexuality*. Julio 2016. Vol. 19, n° 3, p. 338-351.
- MILROD, Christine & WEITZER, Ronald. 2012. "The intimacy prism: Emotion management among the clients of escorts". *Men and Masculinities*. Julio 2012. Vol. 15, n° 5, p. 447-467.
- MIMIAGA, Matthew J. et al. 2009. "Street workers and internet escorts: contextual and psychosocial factors surrounding HIV risk behavior among men who engage in sex work with other men". *Journal of Urban Health*. Septiembre 2009. Vol. 86, n. 1, p. 54-66.
- MORAES, Lauro A.; ALVES, Charles R. & QUEIROZ, Larissa M. 2016. "Ethos literary of the Brazilian woman and sexual tourism". *Revista Científica da Faminas*. Noviembre 2011. Vol. 7, n° 2, p. 100-114.
- OUTEIRIÑO, Maria Belén Peyró; DEL FRESNO GARCÍA, Miguel & URADA, Lianne. 2018. "Prostitución online Transgénero y Salud Pública. Un Estudio Netnográfico en Tenerife". *Comunitania: revista internacional de trabajo social y ciencias sociales*. Vol. 15, n° 15, p. 243-262.
- PAJNIK, Mojca et al. 2016. "Digitalising sex commerce and sex work: a comparative analysis of French, Greek and Slovenian websites". *Gender, Place and Culture: A Journal of Feminist Geography*. Marzo 2015. Vol. 23, n° 3, p. 345-364.
- PARSONS, Jeffrey T.; BIMBI, David & PERRY, Halkitis N. 2001. "Sexual compulsivity among gay/bisexual male escorts who advertise on the internet". *Sexual Addict Compulsivity*. Vol. 8, n° 2, p. 101-112.
- PISCITELLI, Adriana. 2007. "Tropical Sex in a European Country: Brazilian Women's Migration to Italy in the Frame of International Sex Tourism". *Revista Estudos Feministas*. Vol. 15, n° 3, p. 336.
- PISCITELLI, Adriana. 2008. "Looking for new worlds: Brazilian women as international migrants". *Signs: Journal of Women in Culture and Society*. Vol. 33, n° 4, p. 784-793.

- PISCITELLI, Adriana. 2009. "The borders of transgression: the demand for Brazilian women in the sex industry". *Sexualidad, Salud y Sociedad*. Vol. 1, n° 1, p. 177-201.
- PRUITT, Matthew V. 2005. "Online boys: male-for-male Internet escorts". *Socio Focus*. Vol. 38, n° 3, p. 189-203.
- RODRÍGUEZ-BORGES, Rodrigo F.; & MARTÍN-PALOMINO, Esther T. 2018. "Un estudio sobre el comercio sexual de mujeres y publicidad. El papel de la prensa española". *Vivat Academia*. Marzo, 2018. n° 141, p. 93-114.
- SANDERS, Teela. 2008. "Male sexual scripts: Intimacy, sexuality and pleasure in the purchase of commercial sex". *Sociology*. Vol. 42, n° 3, p. 400-417.
- SANDERS, Teela. *Paying for pleasure: Men who buy sex*. Abingdon: Routledge, 2012.
- SANDERS, Teela; CONNELLY, Laura & KING, Laura Jarvis. 2016. "On our own terms: The working conditions of internet-based sex workers in the UK". *Sociological Research Online*. Vol. 21, n° 4, p. 1-14.
- SILVA, Joseli Maria; ORNAT, Marcio Jose. 2016. "Corporeidade, sexualidades no mercado sexual transnacional sob o olhar eurocêntrico". *GEOUSP: Espaço e Tempo*. Vol. 20, n° 1, p. 69-82.
- VARTABEDIAN, Julieta. 2019. "Bodies and desires on the internet: An approach to trans women sex workers' websites". *Sexualities*. Vol. 22, n° 1-2, p. 224-243.

APÉNDICE I - Significados de los códigos encontrados en notificaciones de prostitución en España

Características

Besucona: que besa repetidamente.

Cachonda: estar excitada.

Complaciente a tope: muy interesado en satisfacer; totalmente flexível.

Coqueta: personalidad seductora.

Escort: prostituta o Acompañante de lujo.

Full complaciente: muy interesado en satisfacer.

Guarras: mujer promiscua, mujer que pierde los modales en la práctica del sexo.

Juguetera: gusta jugar mucho, alguien divertido; lo mismo de pícara.

Morbosa: atrevida, que excita, que experimenta, sensual.

Pícara: tiene astucia, gracia maliciosa, lo mismo que juguetera; coqueta.

Pillina: travesía, inteligente, astuta.

Pivon: chica o chico muy atractivo o espectacular.

Placentero: agradable, acogedor.

Torbellino: persona con mucha energía sexual.

Fetiches Sexuales

BDSM (Bondage, Disciplina, Dominación, Sumisión, Sadismo y Masoquismo): práctica erótica que se apoya siempre en el consentimiento de los participantes y se distingue del sadismo criminal.

Bondage: sujeción que implican vínculos que se establece en relaciones de subordinación; también se relaciona con el uso de ataduras y restricciones.

Órganos Sexuales y Fluidos corporales

Cipote: pene.

Coño: vagina.

Correr: eyacular.

Corrida: eyaculado.

Culo respingón: culo excesivamente subido.

Chocho: vagina.

Lefa: esperma.

Polla: pene.

Sexo y Drogas

Adicta al vicio: Dependiente de las drogas, y generalmente está relacionado con las drogas ilícitas.

Chupito: pequeña dosis de bebida alcohólica.

Fiesta blanca: encuentros sexuales donde se usa cocaína para aumentar las sensaciones, reducir dolor y disminuir la vergüenza y vencer el miedo y mostrarse o verse más desinhibido.

Fiesta de todos los colores: encuentros sexuales donde se usa muchos tipos de drogas.

Fiestera: utilización de bebidas y/o otras drogas.

Ofrezco una copa: sirve bebida alcohólica.

Sexo Sin Condón

Francés natural: sexo oral sin condón.

Francés a pelo: sexo oral sin condón.

Francés sin goma: sexo oral sin condón.

Sexo piel a piel: sexo sin condón.

Skin to skin: sexo sin condón.

Barebacking: sexo sin condón.

Bareback: sexo sin condón.

Sexo a pelo: sexo sin condón.

Raw sex: sexo sin condón.

Sin goma: sin condón.

Tipos de Relaciones Sexuales y Posiciones Sexuales

Alemán (el misionero): la mujer por debajo y el hombre encima.

Anilingus/ Beso de colibrí/ Beso negro/ Beso polaco: estimular el ano de la pareja mediante la lengua o labios.

Boquita golosa/ lengua tornado: sexo oral.

Cubanita (cubana): el pene del hombre se frota entre los pechos de la mujer, que se mantienen juntos apretándolos con las manos; coito intermamario.

Cunnilingus: sexo oral en la vagina.

Echar un kiki: acto sexual rápido.

Echar un polvo/ follar/ hacer el amor: acto sexual.

Felación/ francés/ mamada: sexo oral en el pene.

Garganta profunda: técnica de sexo oral que consiste en colocar el pene lo más profundo posible en la boca hasta que “exceda” el límite de la garganta.

Hacer una paja: masturbación.

Meia Nove (69): sexo oral mútuo de modo simultáneo.

Ponerte mirando pa’ Cuenca: sexo anal en posición que el compañero sexual se encuentre con las rodillas y las palmas de las manos sobre una superficie plana de costa para su pareja. Cuenca es una ciudad que se encuentra en el sur de España.

Posturita (postura): posición sexual.

Sexo griego: sexo anal.

Sexo indio: probar cosas nuevas, posturas complicadas, Kama Sutra

Sexo inglés: juegos de roles, donde una parte de la pareja es el dominante y la otra el dominada.

Sexo italiano (a la italiana): frotar su pene contra el hueco axilar de su pareja, presión sobre el pene con el brazo; coito axilar.

Sexo ruso: masaje de los órganos sexuales con aceite o sexo interfemoral.

Sexo sueco: masturbación mutua; o técnica específica: la mujer cose el pene del hombre de manera que el glande queda libre del prepucio.