

**INFORME FINAL DE TESIS DE GRADO:**

**“Caracterización y descripción de Hombres que ejercen Comercio Sexual, de nivel socio económico bajo-medio, con consumo eventual de alcohol y drogas en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar”**

**Profesor Guía: Domingo Asún Salazar**

**Magistrando: Marcelo Aguilar Vergara**

Valparaíso, 21 de enero 2015

## ÍNDICE

	<b>PÁGINA</b>
PRESENTACION .....	<b>3</b>
IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA .....	<b>4</b>
OBJETIVO GENERAL Y ESPECIFICOS .....	<b>8</b>
MARCO TEORICO .....	<b>9</b>
METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....	<b>23</b>
CARACTERIZACION DE LOS ENTREVISTADOS .....	<b>30</b>
ANALISIS DE CONTENIDOS .....	<b>33</b>
PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS .....	<b>67</b>
CONCLUSIONES .....	<b>85</b>
PROPUESTA DE INTERVENCIÓN .....	<b>88</b>
BIBLIOGRAFIA .....	<b>90</b>
ANEXOS .....	<b>92</b>
Anexo 1: Cronograma de Actividades .....	<b>93</b>
Anexo 2: Consentimiento Informado .....	<b>95</b>

## PRESENTACIÓN

La investigación desarrollada tiene como principal objetivo la caracterización y descripción de ***“Hombres que ejercen comercio sexual con otros hombres, de nivel socio económico bajo-medio, con consumo eventual de alcohol y drogas de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar”***, teniendo como base las teorías existentes y la lectura de muchos autores que hablan de sexualidad y homosexualidad, recogiendo elementos importantes que permitieron esclarecer, y dar una nueva mirada al estudio.

Esta iniciativa, en su finalidad primordial, pretende conocer y describir la forma de ejercer el trabajo sexual masculino en la Región de Valparaíso por parte de hombres que atendían a clientes homosexuales u homobisexuales en el trabajo de calle, agencia y de Internet. Se persiguió como objetivos centrales, aportar a la visión que existe del trabajo sexual masculino y generar una posible iniciativa para abordar una forma de intervención con esta población en temas relacionados con el VIH/SIDA y el consumo de drogas lícitas e ilícitas.

## **IDENTIFICACIÓN Y FUNDAMENTACION DEL PROBLEMA:**

Habitualmente las relaciones sexuales sin protección con fines comerciales tienen lugar, porque uno (o ambos) de los participantes no se preocupa de proteger su salud sexual, no sabe cómo hacerlo, o le faltan los medios, como son el preservativo, el lubricante o los conocimientos sexuales de prácticas más seguras. Algunos carecen del dominio personal para negociar prácticas sexuales seguras y otros que las conocen pueden verse tentados por el precio cobrado v/s el mayor precio ofrecido por el cliente.

La información epidemiológica en Chile, establece que la población más afectada por la epidemia del VIH y del SIDA está constituida por hombres que tiene sexo con hombres (HSH). Un estudio realizado en las regiones Metropolitana y de Valparaíso, entre 2008 y 2009, encontró una prevalencia de 21.1% en esta población.

De acuerdo al Ministerio de Salud (MINSAL) el principal grupo poblacional afectado está constituido por adultos de entre 20 y 39 años, mayoritariamente de sexo masculino. En los hombres las vías de exposición homosexual y bisexual concentran el mayor número de casos (70%).

Aunque estos datos epidemiológicos muestran el claro predominio tanto para de VIH como para el SIDA en hombres que tiene sexo con hombres, es necesario problematizar la categoría "HSH", porque se trata de un concepto elaborado en función de las prácticas sexuales, y que, por lo mismo, incluye y en algún sentido generaliza y encubre, una gran diversidad de prácticas de sociabilidad, junto con las referencias a las identidades de género y/o a las orientaciones sexuales de las personas.

En Chile, se desconoce el alcance real de la transmisión del VIH entre las personas que ejercen el comercio sexual, el de sus clientes y el de éstos hacia otras poblaciones. Es por ello, que con este estudio al contemplar la caracterización del comercio sexual en la

Región de Valparaíso, específicamente en las comunas de Viña del Mar y Valparaíso, seguramente, se podrán establecer respuestas a interrogantes sobre la habitualidad u ocasionalidad del comercio sexual, el entorno donde se desarrollan los contactos, la posición socioeconómica, el nivel educacional de los implicados, el precio cobrado, las condiciones de trabajo, el comportamiento sexual y el acceso a los servicios de salud, entre otras variables.

Pese a la falta de antecedentes; y en particular a la escasez de información sobre el comercio sexual masculino, existen algunas certezas derivadas de la experiencia del suscrito en prevención del VIH/SIDA de la Corporación Chilena de Prevención del SIDA, ACCIONGAY; del relato de algunos implicados, tanto clientes como trabajadores usuarios de los servicios de la Organización; de estudios internacionales; y de participaciones en conferencias donde se han analizado las variables asociadas a este trabajo.

En la Región de Valparaíso, una parte de las relaciones sexuales entre hombres tiene cierto carácter comercial. Aunque esta afirmación abarca una amplia escala de posibilidades, puede establecerse que el trabajo sexual masculino es mayoritariamente informal (principalmente callejero y a través de avisos en páginas en Internet); algunas de las veces no media el dinero, sino un pequeño “regalo” lo que se denomina “intercambio sexual”. Para algunos hombres que lo ejercen constituye una ocupación exclusiva (el profesional del sexo) y para otros es un oficio temporal o esporádico que por razones económicas lo practican; una parte de ellos se identifican como homosexuales, mientras otros no. Los clientes de los trabajadores sexuales pueden ser hombres casados, con hábitos bisexuales y otros declaradamente homosexuales.

Frente a esto, es que el suscrito ha identificado como principal problemática el ***“Desconocimiento e invisibilización del perfil socioeconómico de la población masculina que ejerce el comercio sexual con hombres, sus prácticas sexuales y la asociación de éstas con el consumo de alcohol y drogas, así como también la trasmisión del VIH en las comunas de Valparaíso y Viña del mar”***

Muchas veces los trabajadores sexuales tienen dificultades para imponer el uso del condón; sin embargo se reconoce una mayor posibilidad de asimilación como método preventivo, por el relativo mayor “poder de decisión” que tienen en las relaciones sexuales con sus clientes, comparativamente al que manifiestan las mujeres trabajadoras sexuales<sup>1</sup>.

El comercio sexual masculino es un fenómeno mundial y también local. Este parece fomentarse cuando coexiste una demanda y una oferta de servicios sexuales y un entorno favorable que, para el caso de las comunas de Viña del Mar y Valparaíso son las que cuentan con mayor población en la Región y por tanto mayores posibilidades de anonimato de los trabajadores y sus clientes; así como las disparidades socioeconómicas que hacen que el cliente pueda costearse el servicio (en dinero o en especies como regalo) y que éste constituya una oportunidad económica para el trabajador sexual. Según algunos antecedentes, son precisamente las razones económicas las que tienen un mayor peso relativo a la hora que los trabajadores sexuales varones no utilicen los preservativos; sin embargo, comparativamente con las mujeres que ejercen este trabajo, los hombres que lo cultivan pueden hacer frente a las presiones de tipo físico y también pueden ser más selectivos a la hora de escoger al cliente.

---

<sup>1</sup> Registro de Voluntarios del programa "intervención en sitios de sexo públicos" (2006). Sistematización de las experiencias del trabajo de "intervención en sitios de sexo públicos". Consultado en agosto, 05 de 2008 en centro de documentación ACCIONGAY.

Investigaciones en salud señalan que el uso de drogas está asociado al aumento de las posibilidades de tener sexo y el consumo de drogas para tener unas relaciones más placenteras; sin embargo, ambos elementos incrementan la vulnerabilidad de las personas para utilizar prácticas sexuales más seguras.

Generalmente el consumo de drogas como la cocaína, el éxtasis o el cannabis (consideradas drogas ilícitas en Chile) son utilizadas para aumentar la excitación sexual, prolongar la relación o elevar las sensaciones, como también para atenuar o eliminar las barreras de su aproximación estratégica al sexo; lo que está estrechamente relacionado con un incremento en conductas de riesgo y por tanto mayor exposición al VIH.

**OBJETIVO GENERAL:**

Caracterizar y describir las prácticas sexuales de hombres que ejercen el comercio sexual masculino en las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, con la finalidad de proponer una intervención en temáticas relacionadas con el VIH/SIDA y el consumo de drogas lícitas e ilícitas.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- 1 Identificar y describir a la población de hombres que ejercen el comercio sexual a través de entrevistas semi estructuradas con el fin de establecer las bases necesarias de un trabajo preventivo en salud sexual.
- 2 Determinar y definir las prácticas sexuales, los circuitos laborales y las herramientas del trabajo sexual masculino que inciden directamente en la prevención del VIH/SIDA y el consumo de drogas lícitas e ilícitas.
- 3 Construir y diseñar una propuesta de intervención preventiva, basada en el modelo de la gestión de riesgos, con la finalidad de disminuir en la población que ejerce el comercio sexual masculino la transmisión del VIH/SIDA y el consumo de drogas lícitas e ilícitas.



## MARCO TEORICO

En el contexto de la presente investigación, el marco teórico que se desarrollará a continuación permitirá conocer los conceptos básicos en torno a la problemática social identificada.

Primero, se definirán fundamentalmente los conceptos básicos en torno a la Diversidad Sexual, a los estudios y resultados relacionados con la prevención del VIH/SIDA en el contexto nacional y por último, se abordarán las temáticas relacionadas con el Trabajo Sexual Masculino (TSM).

### Género y prevención del VIH y SIDA

El Programa Conjunto para el VIH/SIDA de las Naciones Unidas, ONUSIDA<sup>2</sup> define género como *“lo que significa ser varón o mujer, y cómo define este hecho las oportunidades, los papeles, las responsabilidades y las relaciones de una persona”*. ONUSIDA enfatiza que las construcciones de género conforman las oportunidades que se le ofrecen a una persona en la vida, los roles que puede ejercer y el tipo de relaciones que puede establecer. De esta forma, las normas sociales influyen enormemente en la propagación del VIH y el SIDA. Los mandatos culturales de género que señalan que la mujer no debe acceder a conocimiento sobre sexualidad y que debe mantener una actitud pasiva ante el uso del condón aumentan enormemente la vulnerabilidad ante la epidemia, como también lo es la explotación sexual, la trata de personas, y el trabajo en comercio sexual, especialmente en población migrante que se encuentra en situación de indocumentación.

---

<sup>2</sup> ONUSIDA (2000) *El género y el VIH/SIDA*. Actualización técnica. Colección prácticas óptimas del ONUSIDA. Disponible en [www.onusida.org](http://www.onusida.org)

En el caso de los hombres, el consumo de alcohol y drogas como parte del modelo de masculinidad, los trabajos que implican movilidad y que influyen en la desintegración de la familia y también los prejuicios que señalan que el uso de condones es sólo para jóvenes y hombres gays, aumentan sus vulnerabilidades ante el VIH y el SIDA.

### **Diversidad sexual**

El mayor aporte a la visibilidad y reconocimiento de la diversidad sexual ha estado en la lucha social promovida por el llamado movimiento LGBTTTI. No obstante, en los últimos años ha comenzado a ocupar un lugar importante en diversas áreas de estudio, fundamentalmente desde las ciencias sociales.

Desde la psicología, fue Freud<sup>3</sup> el primero en señalar la existencia de una sexualidad múltiple, con diferentes manifestaciones a lo largo de la vida. Los aportes de sexólogos/as como Master & Jonson y Kinsey también han permitido ampliar la mirada acerca de las formas en que es posible vivir la sexualidad.

El feminismo contemporáneo, por su parte, identificó a las prácticas sexuales dominantes como un elemento central que mantenía la inequidad entre hombres y mujeres, señalando la dominación del hombre del cuerpo de la mujer como un instrumento más para perpetuar la subordinación del género femenino. Los estudios lésbico – gay han intentado promover miradas que aborden la producción cultural y los significados sexuales, introduciendo el sexo y la sexualidad como una categoría a tener en cuenta en el análisis de la realidad social. Así, la sexualidad es a los estudios lésbicos

---

<sup>3</sup> Careaga, G. y Cruz, S. (2004) *Sexualidades diversas: aproximaciones para su análisis*. Ed. Programa Universitario de Estudios de Género, Universidad Nacional Autónoma de México.

lo que el género a los estudios de mujeres (Abelove, 1993, en Careaga, 2004). Tanto los estudios feministas como los lésbico – gay se hallan entre la academia y la política.

En el contexto político y sociocultural actual, han ido emergiendo las voces de las otras diversidades: travestis, transgénero, transexuales, intersexuales e incluso swingers, sadomasoquistas, trabajadores sexuales y “heterocuriosos”, por nombrar algunas. Todas exigen su derecho a la expresión y a la legitimidad. Con ello, han aparecido los llamados estudios “queer” que buscan reconstruir la noción de identidad sexual para situarla en una categoría cultural disponible y no como un atributo esencial de la persona<sup>4</sup> y los que buscan promover una reflexión amplia acerca de la sexualidad, sus matices e infinitas manifestaciones.

La sexualidad como objeto de estudio comprende tres dimensiones: la orientación sexual (de acuerdo con la dirección erótico – emotiva del objeto amoroso); la identidad sexual (de acuerdo con la definición sexual que adopta la persona) y la expresión sexual, de acuerdo con las preferencias y comportamientos sexuales que adoptan las personas. Estas dimensiones se superponen e interactúan a través de diferentes etapas de la vida. Por eso se habla entonces de sexualidades en tránsito o trayectorias sexuales (Careaga, 2004).

La noción de diversidad sexual reconoce tanto la esencialización de ciertas identidades como la inestabilidad y carácter no fijo de otras identidades y prácticas sexuales.

---

<sup>4</sup> Hernández, P. (2004) *Los estudios sobre diversidad sexual en el PUEG*. En *Sexualidades diversas, aproximaciones para su análisis*. Careaga, G. y Cruz, S. Ed. Programa Universitario de Estudios de Género, Universidad Nacional Autónoma de México.

La *homofobia* es entendida como el conjunto de creencias estereotipadas, actitudes prejuiciosas, animosidad y disconformidad mantenidos por la mayoría de las personas heterosexuales en nuestra sociedad en referencia a las personas que viven su sexualidad de manera diferente a la heterosexualidad. La homofobia se manifiesta en niveles sociales y culturales que comprenden la opresión, el prejuicio y discriminación a las homosexualidades. Éste fenómeno se relaciona estrechamente con la creencia de que la heterosexualidad es, o debiera ser, la única orientación sexual aceptable<sup>5</sup>. Desde la psicología se ha mencionado al respecto la necesidad de contribuir a que las personas de sexualidades diversas “gestionen el estigma”, aludiendo a la entrega de herramientas e instalación de capacidades para reconstruir la homofobia sufrida cotidianamente y también aquella que han internalizado.

### **Los hombres que tienen sexo con hombres (HSH)**

ONUSIDA (2006) señala que las relaciones sexuales entre hombres existen en todas las culturas y sociedades, aunque su alcance y reconocimiento público varían de un lugar a otro.

En el estudio nacional de comportamiento sexual realizado en Chile por la Comisión Nacional del SIDA (dependiente del Ministerio de Salud) en el año 2000<sup>6</sup>, menos del 1% de la población reconoció prácticas sexuales diferentes a la heterosexual. Considerando que los estudios realizados por Kinsey en Estados Unidos a mediados del siglo XX encontraron que cerca de un 10% de la población ha tenido prácticas sexuales con personas de su mismo sexo, es evidente que lo ocurrido en Chile se relaciona con los

---

<sup>5</sup> Toro – Alfonso, J. (2002) *Vulnerabilidad de hombres gays y hombres que tienen sexo con hombres (HSH) frente a la epidemia del VIH/SIDA en América Latina: La otra historia de la masculinidad*. En SIDA y sexo entre hombres en América Latina: Vulnerabilidades, fortalezas y propuestas para la acción. Cáceres, C., Pecheny, M. y Terto, V. (Eds). Universidad Peruana Cayetano Heredia, Lima.

<sup>6</sup> Ministerio de Salud (2000) Estudio Nacional de Comportamiento Sexual.

altos niveles de homofobia<sup>7</sup>, los que inhiben incluso la conversación anónima acerca de las prácticas sexuales.

Considerando que los hombres que tienen sexo con hombres también lo tienen con mujeres, si adquieren el VIH en una práctica con un hombre pueden transmitirla a las mujeres (ONUSIDA, 2006). Esto explicaría la tendencia a la feminización de la epidemia del VIH y el SIDA desde una epidemia que estaba focalizada en hombres gays y HSH.

Existe una amplísima diversidad de formas, contextos y circunstancias en que hombres tienen sexo con otros hombres. Pueden involucrar a hombres que se identifiquen como gays, bisexuales, heterosexuales, transgénero, transexuales o intersexuales. ONUSIDA señala que es habitual que los hombres que tienen sexo con hombres estén casados, sobre todo cuando existen leyes discriminatorias que penalizan el sexo entre hombres o estigma social contra las relaciones sexuales entre hombres. También refiere que es frecuente que en lugares donde pasan largos períodos en entornos exclusivos para hombres, como prisioneros o internados, las relaciones sexuales entre ellos pueden ser frecuentes independientemente de su identidad sexual, y que a veces las realizan bajo coacción.

ONUSIDA (2006) estima que entre el 3% y el 20% de los hombres han tenido sexo con otro hombre alguna vez en su vida. Las relaciones sexuales entre hombres constituyen el modo más importante de transmisión del VIH en casi todos los países de América Latina, Estados Unidos, Canadá y algunos países de Europa.

Si bien el concepto HSH tiene el mérito de incorporar prácticas sexuales que van más allá de la identidad sexual, implica también la posibilidad de invisibilizar precisamente a

---

<sup>7</sup> Rechazo hacia las personas de sexualidades diversas.

quienes defienden sus derechos sexuales desde la identidad, entre ellos los hombres gays y las mujeres transgénero.

### **Trabajo sexual**

Comercio sexual v/s trabajo sexual: Cuando se habla del trabajo sexual o del comercio sexual, existe un debate en diferentes estudios sobre la forma que mejor exprese este trabajo. “El denominativo actual de trabajador sexual implicaría un reconocimiento legal de la persona que ejerce comercio sexual por parte del Estado y sus instituciones. Sin embargo, en los hechos se constata cómo las actividades de trabajadores/as sexuales oscila entre la legalidad de un trabajo como cualquier otro (contratado/a bajo otra categoría) y la cuasi ilegalidad (puesto que no está tipificado en la ley como delito) de una estrategia de supervivencia.

Así, debemos considerar en primer término las características esenciales de un trabajo legalmente reconocido y amparado: estabilidad laboral, vacaciones, derecho de sindicalización, seguro de salud, jubilación, pago adicional por horas extras o comisiones especiales. Esto implica que un/a trabajador/a, si bien desaventajado/a en cuanto a la propiedad de los medios de producción y bienes de capital, se halla protegido por el Estado y sus instituciones, sobre todo en lo que a sus derechos fundamentales se refiere”<sup>8</sup>.

Con esta fundamentación del trabajo sexual v/s el comercio sexual, el apelativo que correspondería para denominar a esta población sería de Comercio Sexual, pero a la vez, este tema se debe abordar desde la perspectiva de la autodenominación que hacen los mismos entrevistados y como designan la labor que hacen. Esto es muy importante, ya

---

<sup>8</sup> Silva Segovia, Jimena (2008). Tacones Cercanos. Antofagasta, Chile.

que se debe responder a la valorización que le da el sujeto al Comercio sexual ejercido por ellos mismos. Es por ello, que la nomenclatura de comercio sexual o trabajo sexual no será la priorización de esta investigación y ambas serán utilizadas para abordar el Trabajo sexual Masculino (TSM).

Legislación: La legislación chilena, en cambio, tipifica el promover, que significa tomar la iniciativa a cooperar, o facilitar, que significa poner a disposición de la persona los medios con la finalidad de que él o la menor se prostituya; sin embargo, señala, además, “para satisfacer deseos de otro”, y siempre que lo haga con abuso de autoridad o confianza o con habitualidad, término ambiguo que puede significar una reiteración de dos, tres o más veces, quedando en definitiva en criterio del juez lo que es o no habitual. De esta manera, si se da el cumplimiento de estos requisitos, se le impone al hechor una pena de presidio mayor en cualquiera de sus grados y multa de 21 a 30 unidades tributarias mensuales. De faltar estas condiciones, no se configura el delito.

### **Trabajo Sexual Masculino (TSM):**

Desde la mirada del comercio sexual que se ejerce en nuestro País, se ha trabajado y estudiado mucho sobre este tema. Pero estos estudios, están relacionados principalmente con el comercio sexual ejercido por mujeres y en menor escala la ejercida por la población transgénero. Este estudio, es una muestra inédita en la Región de Valparaíso y en el país debe ser de los pocos insumos que muestra y describe a la población de trabajadores sexuales masculinos que atienden a otros hombres. Es por ello, que el resultado de esta investigación toma un carácter muy importante desde el aspecto social y de la prevención del VIH/SIDA de un grupo muchas veces invisibilizado.

Los TSM, tienen características muy similares a las trabajadoras sexuales femeninas, en lo que concierne a la visión del trabajo mismo, pero la diferenciación mayor se da en la

negociación con el cliente, los servicios y sobre todo en la percepción que se tiene de este trabajo.

El comercio sexual masculino, tiene una mirada oculta y distinta desde la sociedad, ya que si bien es sabido que existen “casas de citas”, “café con piernas”, “saunas y bares”, entre muchos lugares donde se ejerce el comercio sexual, todos ellos están relacionados con el trabajo sexual femenino. Es por ello, que desde la perspectiva social es menos visible y “real” que los hombres trabajen y ejerzan cualquier tipo de negociación utilizando su cuerpo para ello.

Para los TSM, la mirada que tienen del trabajo que desarrollan es de culpa y clandestinidad, esto basado principalmente por los juicios y prejuicios que tienen ellos mismos y su entorno social con el trabajo sexual, por ello, es que el anonimato es imprescindible a la hora de ejercer esta labor siendo la confidencialidad y la “individualidad” del computador el mejor aliado para cumplir con este importante paso a la hora de negociar con los clientes.

#### Circuitos de trabajo:

Desde las entrevistas en profundidad se recogió información muy importante para abordar y caracterizar a los trabajadores sexuales masculinos. Se plantea que un inicio las calles y plazas más concurridas de las ciudades eran el lugar predilecto para ejercer el comercio sexual, pero con los avances y la tecnología el Internet es la herramienta más utilizada a la hora de vender el servicio.

El trabajo sexual de calle lo ejercen los TSM mayores de 25 años y los que llevan muchos más años en este rubro, ya que como forma de trabajo está desapareciendo en el ejercicio de los más profesionales, ya que cuando cuentan con una “cartera de



clientes”<sup>9</sup>, el circuito del trabajo cambia y pasa a ser a través del Internet o del teléfono móvil, y desde ese momento dejan de trabajar en calle y pasan a ejercer el comercio sexual de Internet.

El trabajo sexual de Internet es el más ejercido por los trabajadores sexuales encuestados, de alguna forma todos han llegado a trabajar a través de este circuito, ya que la factibilidad de que todos los clientes cuenten con la posibilidad de acceder a la Web, socializa de gran manera el comercio sexual.

En el ambiente gay, es reconocido el comercio sexual por esta vía, ya que las principales páginas de contactos homosexuales vía Internet, existe promoción de servicios sexuales. A la vez, existen páginas de Internet dedicadas exclusivamente para este propósito y también existe la primera agencia de trabajadores sexuales vía Web en la zona.

#### **Características de los circuitos:**

Calle: Se ejerce en las principales plazas de las ciudades de Viña del Mar y Valparaíso. La plaza Victoria de la capital regional, es el punto de encuentro más frecuente por los TSM de la Zona. En la ciudad jardín, la Plaza Vergara es la que alberga una parte importante del trabajo sexual, pero son las calles de Viña del Mar principalmente la calle Libertad, entre 1 y 4 Norte, por 1 Oriente y 1 Poniente en dónde más se reúne el comercio sexual masculino.

Internet: Es la principal vía de contactos sexuales masculinos de la región. Existen páginas web gay, que a través de los “chat” se hacen los contactos sexuales. Este instrumento es el más usado por la comunidad regional para los encuentros sexuales:

---

<sup>9</sup> Clientes frecuentes que los llaman cada cierto tiempo.

- Páginas web con chat, es por excelencia el lugar de contactos sexuales más recurridos por la comunidad homosexual regional, ya que es el chat más concurrido de la región, en él se hacen contactos de todo tipo y el trabajo sexual tiene sus características especiales según los símbolos y la descripción que se coloca.
- El sitio [www.sexourbano.cl](http://www.sexourbano.cl), es una Web dedicada exclusivamente a promocionar el comercio sexual de hombres y mujeres, pero la parte que tiene mayor concurrencia de personas, es la de hombres que atienden a hombres. Aquí predomina en demasía la fotografía osada y desnuda como “gancho” o forma de llegar al cliente. Esta página es a nivel nacional, pero tiene secciones regionales que ofrecen a TSM de la zona con valores diversos.
- El sitio [www.sitiosgay.cl](http://www.sitiosgay.cl), es una página que alberga todo tipo de información. Aquí se puede comprar, buscar pareja, y realizar contactos sexuales pagados, buscar TSM, entre otras cosas.
- El sitio [www.placerdual.com](http://www.placerdual.com), es una agencia virtual de contactos sexuales de la región de Valparaíso. Los TSM que aquí ejercen, son reclutados vía Internet y avisos en los diarios. El proceso de ingreso consiste en una entrevista personal, luego presentación de exámenes en salud sexual y por último la firma de contrato que incluye cuales son sus deberes y derechos con los clientes y la agencia. A la vez, ellos no tienen el contacto directo con el cliente, ya que se les llama por teléfono y se les dice en el lugar y la hora que deben estar. Esto les da una suerte de seguridad ficticia a los TSM de esta agencia. *(Al momento de entregar la tesis, este sitio ya no existe).*
- Aplicaciones en teléfonos celulares para páginas web de encuentros sexuales, como “grindr” y “manhunt”. Aplicaciones modernas que no forman parte de ésta investigación.

Discotecas Gay: se reconoce que en los espacios de divertimento homosexual, los trabajadores sexuales que se reconocen como gay, también buscan contactos y clientes para ejercer el comercio sexual.

### **Consumo de alcohol y drogas y prevención del VIH/ITS.**

#### Antecedentes sobre el alcohol y las drogas<sup>10</sup>

Las drogas son todas las sustancias que introducidas en el organismo, producen cambios en la percepción, en las emociones, el juicio o el comportamiento y es susceptible de generar en el o la usuario/a una necesidad de seguir consumiéndola.

El **uso** de drogas se refiere a aquella modalidad de consumo no generadora de consecuencias negativas para el sujeto, bien porque la cantidad de droga es mínima, por realizarse con escasa frecuencia o con un estricto control.

El **abuso** implica un uso de las drogas que, debido a la frecuencia con la que se consumen, la propia naturaleza de las sustancias o las circunstancias en que se utilizan, puede comprometer de manera seria la salud del/a consumidor/a o interferir con su funcionamiento normal.

La **dependencia** alude a la adaptación psicológica, fisiológica y bioquímica propia de la exposición reiterada a una droga; si se suspende o reduce de manera drástica la administración de la sustancia a la que se ha generado dependencia, sobreviene el llamado síndrome de abstinencia.

El **síndrome de abstinencia** es el conjunto de síntomas físicos y psíquicos que aparecen al suspender o reducir de forma drástica la administración de una sustancia a la que se había generado dependencia. La intensidad y gravedad de cada cuadro depende del tipo

---

<sup>10</sup> CONACE, 2008. Información extraída de [www.conace.cl](http://www.conace.cl)

de droga, frecuencia y dosis consumidas, vía de administración, estado anímico de la persona, entre otras variables.

El **policonsumo** se refiere al uso de diversas sustancias de manera simultánea. Se trata de una práctica que está siendo cada vez más frecuente, ya que rara vez se encuentra a una persona con dependencia a una única droga.

### Consumo de alcohol y drogas en Chile

El consumo, el abuso y la dependencia del alcohol y drogas – lícitas e ilícitas – constituyen problemáticas de elevada prevalencia entre la población chilena, lo que tiene innumerables costos a nivel personal, familiar, comunitario y social.

El llamado “flagelo de las drogas” se produce en un contexto social, político, legal y económico que lo hacen posible. De público conocimiento es que después del negocio de las armas, el narcotráfico es el que deja mayores rentabilidades a nivel global. Esto conlleva a cada día aumente el número de personas que participan de redes de narcotráfico, y con ello, se vuelva cada vez más compleja la labor de prevención del consumo y los riesgos asociados.

El negocio asociado a las ventas del alcohol, si bien está dentro de la normativa legal, promueve con cada vez más recursos y tecnologías de publicidad el consumo, lo que inevitablemente influye en que en Chile, la ingesta de alcohol se produzca a edades más tempranas. La prohibición de venta de alcohol a menores de edad sólo se traduce en que el límite entre legalidad e ilegalidad en relación a la venta del producto sea fácilmente vulnerado, ya que o los/as empresarios/as venden de todas maneras alcohol a menores de 18 años, o bien éstos/as se las ingenian para conseguirlo.

El Séptimo Estudio Nacional de Drogas en Población General (CONACE, 2006) da cuenta, entre otros resultados, que el consumo de marihuana ha aumentado sostenidamente en los últimos años, especialmente entre el rango etéreo joven y adulto joven, situación que se observa tanto en hombres como en mujeres. Esto se relaciona también con la disminución de la percepción de riesgo ante el consumo de marihuana y el aumento de la percepción de facilidad de acceso.

El mismo estudio (CONACE, op. cit., pp. 12) señala que el consumo de pasta base y cocaína no ha mostrado variaciones significativas en los últimos años, que la percepción de riesgo ante el consumo de cocaína se mantiene alta y la percepción de facilidad de acceso ha aumentado. El consumo de tabaco en adolescentes y jóvenes se ha mantenido estable, mientras que el consumo de alcohol aumenta de frecuencia conforme aumenta la edad y es dos veces mayor en hombres que en mujeres. No obstante, el abuso de alcohol está afectando mayoritariamente a la población más joven, alcanzando una tasa de 17.7% entre adolescentes y un 13.6% entre adultos/as jóvenes. Esta tasa decrece según aumenta la edad. Un aspecto relevante es que la tasa de abuso de alcohol es cinco veces más alta en hombres que en mujeres.

En síntesis<sup>11</sup>, el estudio señala que se ha estabilizado el consumo de la mayoría de las drogas en el país, en particular de la cocaína y la pasta base; se mantiene una alta percepción de riesgo y una actitud crítica frente al consumo de las drogas señaladas; el abuso de alcohol no ha mostrado variaciones; el consumo de marihuana ha aumentado en jóvenes y adultos/as jóvenes de ingresos medios y altos y ha aumentado la aceptación social del consumo de marihuana.

---

<sup>11</sup> CONACE (2008) Apuntes de trabajo. Jornada de Capacitación al equipo de ACCIONGAY responsable del proyecto: "Intervención para la prevención del consumo de alcohol y drogas en hombres gays y mujeres transgénero de las comunas de San Felipe, Viña del Mar y Valparaíso".

La pertinencia de esta investigación tiene vinculación a la situación epidemiológica en Chile y la Región, por cuanto la epidemia del VIH/SIDA está centrada en la transmisión sexual (95% de los casos) y mayoritariamente en hombres homobisexuales. Predomina particularmente en adultos jóvenes y de niveles socioculturales más desprotegidos, con menores niveles educacionales y ocupacionales. Está presente en todas las regiones del país y hasta diciembre de 2005, se había notificado un total de 15.894 casos, el 80% de ellos son hombres. En el caso de Infecciones de Transmisión Sexual (ITS), su control es fundamental para mejorar la salud sexual y reproductiva de la población. El gran impacto que tienen las ITS es en las Poblaciones Vulnerables Prioritarias, sobre todo entre los hombres homobisexuales. Las ITS se presentan en todas las edades, sin embargo su mayor frecuencia está en menores de 34 años<sup>12</sup>, teniendo un creciente aumento la sífilis en las comunas en dónde se desarrollaría la investigación.

En la Región de Valparaíso<sup>13</sup>, los primeros casos de VIH/SIDA se presentaron en 1984, correspondiendo a los primeros del país. Entre 1990 y 2004 han muerto 625 personas a causa del Virus de Inmunodeficiencia Humana y, hasta el 2005, se han notificado 2081 casos de infección por VIH o SIDA. El 82% de los casos notificados en la región son hombres, porcentaje muy similar al del promedio país. La mayoría adquirió el VIH por vía sexual a través de relaciones sexuales penetrativas sin uso del condón con otros hombres. La distribución por edad muestra algunas diferencias entre los casos notificados como SIDA y como VIH. Así, en el SIDA la tasa más alta está entre los 30 y 39 años, seguida por los 40-49 años; en el VIH, la tasa más alta se da diez años antes, entre los 20 y 29 años.

---

<sup>12</sup>Comisión Nacional del SIDA, CONASIDA, Ministerio de Salud (2005). *Políticas y estrategias de Prevención*. Consultado el 12/01/08 en <http://www.redsalud.gov.cl/archivos/vih/ESTRATEGIAPREVENCION.pdf>.

<sup>13</sup> SEREMI de Salud Región de Valparaíso (2006) *Evaluación del VIH/SIDA, V Región de Valparaíso*. Documento de trabajo

## **METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

El trabajo parte de la necesidad de caracterizar a la población que ejerce el comercio sexual masculino donde se identifican los principales factores que inciden en la prevención de temáticas asociadas al VIH/SIDA y el consumo de drogas lícitas e ilícitas.

La investigación es de corte descriptivo cualitativo, ya que parte del estudio de una realidad existente, de una característica o procedimiento en conjuntos homogéneos, en este caso, los comportamientos y las prácticas sexuales que los sujetos de investigación presentan en el contexto en el cual ejercen. Tiene como objeto fundamentalmente caracterizarlos y describirlos, partiendo de la base, de la identificación de sus conductas habituales. Al realizar este trabajo, se pretende diseñar una propuesta de intervención única, levantada adoptando ejes temáticos fundamentalmente de la cultura de la población; no se pretende comprobar hipótesis o predecir resultados. Esta propuesta se realiza en un ambiente natural, ya que se realiza dentro del ambiente cotidiano de los sujetos entrevistados y no se manipulan variables para modificar comportamientos. El medio de contacto empleado en el estudio consistió en la aplicación las entrevistas semi - estructuradas, la reflexión y la construcción colectiva de estrategias de trabajo y de intervención.

Luego de realizar estos modos de contacto, se dio lugar a una “objetivación”, la cual consiste en la recopilación y organización de los datos y resultados obtenidos, teniendo siempre como base la teoría sobre competencias laborales. Finalmente se sistematiza, se condensa y se valida la información para así obtener los manuales, perfiles y propuestas de diccionario de competencias laborales para dicha organización.

**Paradigma:** Cualitativo Descriptivo

Descriptivo; en el sentido que, se describirá una característica o procedimiento presente en hechos, sin existir una relación que los identifiquen. Su preocupación primordial es describir algunas características fundamentales de conjuntos homogéneos de fenómenos utilizando criterios sistemáticos para destacar los elementos esenciales de su naturaleza; de esta forma se pueden obtener las notas que caracterizan a la realidad estudiada.

Así mismo, “Su alcance no permite la comprobación de hipótesis, ni la predicción de resultados”

Cualitativo, por que se refiere “al quehacer cotidiano de las personas o de grupos pequeños. En este tipo de investigación interesa lo que la gente dice, piensa, siente o hace; sus patrones culturales; el proceso y el significado de sus relaciones interpersonales y con el medio”

El enfoque cualitativo no busca encontrar la relación causa – efecto entre dos variables, ni mucho menos manipularlas, busca conocer como se da la dinámica o como ocurre el proceso en que se da el asunto o problema. “Su función puede ser la de describir o la de generar una teoría a partir de los datos obtenidos”

Los investigadores desarrollan conceptos, intelecciones y comprensiones, partiendo de los datos, y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidas.

Rothery, Grinnell, y Crswell, describen la investigación cualitativa como:

- Que se conducen básicamente en ambientes naturales, donde los participantes se comportan como lo hacen en su vida cotidiana.
- Donde las variables no se definen con el propósito de manipularse ni de controlarse experimentalmente (desde luego, se observan los cambios en diferentes variables y sus relaciones).



- En los cuales las preguntas de investigación no siempre se han conceptualizado ni definido por completo, es decir, la manera cómo van a medirse o evaluarse (aunque a veces si es posible)
- En que la recolección de los datos está fuertemente influida por las experiencias y las prioridades de los participantes en la investigación, más que por la aplicación de un instrumento de medición estandarizada, estructurada y predeterminada.
- Donde los significados se extraen de los datos y se presentan a otros, y no necesitan reducirse a números ni necesariamente deben analizarse de forma estadística (aunque el conteo, el análisis de contenido y el tratamiento de la información utilicen expresiones numéricas para analizarse después.”

### **Técnica de producción de datos.**

La metodología que se utilizará en esta investigación para obtener y analizar la información será Cualitativa. Esta técnica es exclusiva del orden social y, por lo mismo, no cabe encontrar antecedentes en las ciencias naturales y sus saberes, es por ello que como investigador cualitativo buscaré en el orden de los significados y sus reglas de significación. Además, esta forma de investigar opera como escucha investigadora del habla investigada, es por ello que, la creación de los instrumentos que se utilizarán serán importantes para averiguar lo necesario del trabajo sexual masculino.

### **Escenario.**

Dentro del escenario en dónde se buscará la información necesaria del trabajo sexual masculino de las comunas de Viña del Mar y Valparaíso, queremos abordar dos tipos de muestras, los hombres trabajadores sexuales de calle y los del comercio sexual virtual o Internet. Es por ello, que el escenario será el siguiente:

- Páginas de comercio sexual de Internet y chat gays, en dónde aparecen trabajadores sexuales de las ciudades señaladas.
- Avisos publicitarios de diarios y revistas de la Región.
- Lugares de comercio sexual callejeros reconocidos por el trabajo que realizan organizaciones sociales en las comunas de Viña del Mar y Valparaíso.

### **El Muestreo y participantes:**

El muestreo será intencional, utilizándose la técnica Bola de nieve o cadena ya que el objetivo de esta técnica es describir un grupo en particular, partiendo de informantes claves que tienen nexos hacia otros participantes. Esta técnica aporta además información sobre la estructura de relaciones en el grupo objetivo que son hombres que ejercen el comercio sexual masculino informal o callejero de la Región de Valparaíso, correspondiente a las comunas de Viña del Mar y Valparaíso, donde existen característicos lugares por donde transitan en busca de clientes. Algunos de ellos u otros publican avisos en el chat de las páginas gay.

### Tipo de Muestra:

Es una muestra Cualitativa emergente.

Es habitual que en investigación **cualitativa** el diseño del estudio evolucione a lo largo del proyecto, por eso se dice que es **emergente**. En el caso del muestreo sucede lo mismo, la decisión sobre el mejor modo de obtener los datos y de quién o quiénes obtenerlos son decisiones que se toman en el campo, pues queremos reflejar la realidad

y los diversos puntos de vista de los participantes, los cuales nos resultan desconocidos al iniciar el estudio<sup>14</sup>

Campo de Estudio:

<b>Muestra</b>	<b>Trabajadores De calle</b>	<b>Trabajadores Internet y prensa</b>	<b>Entrevistas a informantes claves*</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Hombres De 18 a 25 años</b>	2	1	1	<b>4</b>
<b>Hombres De 25 y 40 años</b>	1	2	1	<b>4</b>
<b>TOTAL</b>	<b>8</b>			
<b>* Personas que se desenvuelven en el medio del carrete nocturno o ejercieron el comercio sexual en las ciudades de Valparaíso o Viña del Mar</b>				

<sup>14</sup> www.fuden.es (2007). EL MUESTREO EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. Consultado en 16 de enero de 2009 en www.fuden.es/FICHEROS\_ADMINISTRADOR/F\_METODOLOGICA/FMetodologica\_27.pdf .

### **RECOPIACION DE LA INFORMACION:**

Este estudio es de corte Cualitativo y la forma de recolección de la información fue a través de la entrevistas semi estructuradas. Se realizaron ocho entrevistas contempladas en la propuesta inicial con las siguientes características

- 1.- Trabajador sexual Masculino de 26 a 40 años, Internet.
- 2.- Trabajador sexual Masculino de 18 a 25 años, Internet.
- 3.- Trabajador sexual Masculino de 26 a 40 años, Calle.
- 4.- Trabajador sexual Masculino de 26 a 40 años, Internet agencia
- 5.- Trabajador sexual Masculino de 26 a 40 años, Internet
- 6.- Trabajador sexual Masculino de 26 a 40 años, calle - Internet
- 7.- Dueño de agencia de trabajadores sexuales, 50 años
- 8.- Trabajador sexual Masculino de 18 a 25 años, calle

La recolección y recopilación de los datos fue a través de una metodología cualitativa de investigación con la aplicación de entrevistas semi estructuradas.

#### Entrevistas semi estructuradas:

Esta técnica puede definirse como social ya que pone en relación de comunicaciones directa cara a cara a un investigador/ entrevistador y a un individuo entrevistado con el cual se establece una relación peculiar de conocimientos que es dialógica, espontánea, concentrada y de intensidad variable.

El investigador/ entrevistador establece una interacción peculiar que se anima por un juego de lenguaje de preguntas abiertas y relativamente libres por medio de las cuales se orienta el proceso de obtención de la información expresada en las respuestas verbales y no verbales del individuo entrevistado<sup>15</sup>.

En esta investigación no se pueden realizar Focus Grupos, ya que el campo de estudio, los trabajadores sexuales masculinos, no se reconocen ni reúnen entre sí, ya que su trabajo lo realizan de forma individual y privada, por lo tanto, es muy complejo reunirlos en un espacio en común a conversar de temas que no asumirán públicamente.

### **Técnica de análisis de datos**

Cualitativo: Entrevistas en profundidad semi estructurada

Pasos operativos	Grabación de entrevistas y posterior transcripción de ellas.
Modelo de análisis	Análisis de contenido.

### **Condiciones Éticas**

Confidencialidad: Se resguardó mucho la confidencialidad, para dar la confianza necesaria y obtener información relevante que se necesitaba por parte de las personas que se entrevistaron. Para esto se les hizo firmar un consentimiento informado para resguardar y protege a cada uno de ellos.

Devolución: Se les anunció a los participantes de la muestra, que tenían la posibilidad de conocer la investigación posterior análisis de los datos obtenidos.

---

<sup>15</sup> Canales Cerón, Manuel (2006). Metodologías de investigación social. Santiago de Chile: LOM ediciones.

### CARACTERIZACIÓN DE LOS ENTREVISTADOS

En el proceso de la entrevista, se reunió el trabajador sexual con el investigador, dónde previa información de lo que consiste este proceso, dándole a conocer lo necesario que es la grabación para su posterior transcripción y análisis, y después de firmar los consentimientos informados, acceden a formar parte del estudio llenando la ficha de cada entrevistado.

Estos datos son los siguientes:

Ítemes	Nº 1	Nº 2	Nº 3	Nº 4	Nº 5	Nº 6	Nº 7	Nº 8
<b>Edad</b>	29	21	26	27	27	26	50	23
<b>Comuna de residencia</b>	Viña del Mar	Valparaíso	Valparaíso	Valparaíso	Quilpué	Quilpué	Santiago	Viña del Mar
<b>Actividad laboral</b>	Trabajo asalariado en el rubro marítimo.	Estudiante Universitario	Guardia y promotor	Vendedor de multitienda	Sin trabajo	Construcción	Dueño de agencia de TSM	Estudiante universitario

<b>Comuna donde ejerce comercio sexual.</b>	Viña del Mar	Valparaíso Viña del Mar	Viña del Mar	Valparaíso y Viña del Mar	Valparaíso y Viña del Mar	Viña del Mar	5 años con agencia en Viña del Mar	Viña del Mar y Valparaíso
<b>Situación de pareja</b>	Casado	Soltero y sin pareja estable	Con pareja estable	Soltero sin pareja	Con pareja	Sin pareja	Con pareja	Soltero
<b>Hijos/as</b>	Uno	No	No	No	Uno	No	Dos	No
<b>Nivel educacional</b>	Estudios técnicos (con título).	3º año Universidad.	Educación media completa	2º año de Adm. De empresas	1º semestre de Prev. de riego	Cuarto medio	Cuarto Medio	2º año de ingeniería en construcción.
<b>Nº Personas núcleo familiar</b>	Cuatro	Dos	Cinco	Cuatro	Tres	Tres	Tres	Cuatro

<b>Nivel de ingreso mensual</b>	\$ 400.0000	No tiene ingreso mensual propio.	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 800.000	\$ 200.000	–	\$ 250.000
<b>Vía del trabajo sexual</b>	Internet	Internet	Calle	Agencia Internet	Internet	Internet	Internet	Internet y Calle
<b>Orientación Sexual</b>	Bisexual	Gay	Heterosexual	Bisexual	Bisexual	Gay	Gay	Gay

**Tabla Nº 1: Caracterización de los entrevistados.**



## **ANÁLISIS DE CONTENIDO.**

Dentro del análisis, se contemplan todas las entrevistas comprometidas en la propuesta inicial que corresponden a un total de ocho.

La plantilla usada de entrevista semiestructurada es la siguiente:

### **Pauta tentativa de entrevista**

<b>Introducción</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación de entrevistador/a y explicar estudio.</li> <li>• Duración aproximada de la entrevista: 60 minutos.</li> <li>• Entrevista voluntaria y confidencial en cuanto a los datos personales.</li> <li>• Grabación de entrevista.</li> </ul>
<b>Instalación del tema</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para iniciar la entrevista, se comienza con la caracterización socio cultural sobre:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Qué edad tienes?</li> <li>- ¿En qué ciudad vives?</li> <li>- ¿Eres Gay? (conversar el tema)</li> <li>- ¿Estudias?, si fuese positivo ¿qué? si fuese negativo ¿hasta qué curso llegaste?</li> </ul> </li> </ul>
<b>Inducción al tema del Comercio Sexual</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para seguir con la entrevista, le propongo conversar sobre el trabajo sexual en la región, en los ámbitos de la calle y/o de Internet y cómo lo ve desde la perspectiva del trabajador sexual.             <ul style="list-style-type: none"> <li>- ¿Trabajas?</li> <li>- ¿En qué? (indagar si el trabajo sexual es el sustento principal)</li> <li>- El sexo por plata, ¿Cómo lo describes? (saber si lo considera un trabajo).</li> <li>- ¿Realizas el sexo por plata?</li> </ul> </li> </ul>
<b>El trabajo Sexual</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Según tu opinión, ¿Cómo son los hombres que solicitan los servicios sexuales?</li> <li>• ¿Cuánto tiempo llevas realizando esto?</li> <li>• ¿Describeme en qué consiste el servicio</li> <li>• ¿Cuánto se cobra por el servicio?</li> <li>• ¿El pago, es siempre con dinero?</li> <li>• ¿Qué opinión te merece lo que haces?</li> <li>• ¿Cómo llegaste a ejercerlo?</li> <li>• ¿Te agrada esta “pega”?</li> <li>• ¿Cómo es la forma de negociación con el cliente para llegar al sexo?</li> <li>• ¿Crees que los clientes, sólo buscan sexo en tus servicios? (indagar que pasa en la intimidad)</li> </ul>

- ¿Crees que son gays tus clientes? ¿Porqué? (indagar sobre conversaciones con clientes)
- ¿Cómo son las personas que atiendes?
- 

## ¿CIUDADANÍA?

<b>Cómo es el entorno social (grupos de amigos, conocidos, circuito gay, etc.)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Tienes pareja?</li> <li>• ¿Con quién vives?</li> <li>• ¿Quién sabe?</li> <li>• ¿Tienes amigos Gay?</li> </ul>
<b>Consumo de alcohol, drogas y prevención del VIH/SIDA en el trabajo sexual</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué sabes de VIH/SIDA, ITS?, ¿usas condón?</li> <li>• Si te ofrecen más dinero ¿Tienes sexo sin condón? ¿por qué?</li> <li>• ¿Consumes alcohol? ¿Qué tipo de alcohol consumes? ¿Cuánto? ¿En qué circunstancias? ¿Con cuánta frecuencia?</li> <li>• ¿Consumes droga? ¿Qué tipo de drogas consumes? ¿Cuánto? ¿En qué circunstancias? ¿Con cuánta frecuencia?</li> <li>• ¿Consumes y/o bebes con los clientes? ¿Es parte del pago? Si el cliente trae ¿aceptas?</li> </ul>
<b>Como se debería abordar la Prevención del VIH/SIDA con énfasis en prevención del consumo de alcohol y drogas</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo sería una campaña efectiva de prevención del VIH/SIDA con énfasis en prevención del consumo de alcohol y/o drogas en los trabajadores sexuales de la región? ¿en qué lugares se debería realizar? ¿Qué mensajes o contenidos incluirías?</li> <li>• ¿Cómo relacionarías el VIH y del consumo de alcohol y/o drogas en una estrategia de prevención? ¿Tiene alguna otra sugerencia o comentario sobre el tema?</li> <li>• Después de estas preguntas, ¿crees necesario alguna campaña preventiva para el trabajo sexual masculino de la Región de Valparaíso?</li> </ul>
<b>Cierre entrevista</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consultar si de lo conversado existe algún tema que le gustaría abordar.</li> <li>• Agradecer entrevista.</li> </ul>

Todas las personas participes de la investigación, es su mayoría, son trabajadores sexuales masculinos que atienden a otros hombres. Además, de los TSM, hay una entrevistas que corresponde a una personas con experiencia en el trabajo sexual como son un “regente”.

Con esta muestra, se rescatarán los diferentes ámbitos de análisis que contemplaba la propuesta inicial del Estudio, que son el trabajo sexual, la incidencia y conocimientos en VIH/SIDA, posibilidad de campañas preventivas y otras categorías que son de importancia para ACCIONGAY como para la contraparte de la SEREMI de Salud de la Región de Valparaíso. Estos ámbitos de análisis son los siguientes:

1. Características del trabajo sexual.
  - a. Sobre cliente
  - b. Servicios
  - c. Remuneraciones
  - d. Seguridad laboral
  - e. Juicio sobre trabajo
  - f. Placer
  - g. Sobre Riesgos, salud y posibilidades de prevención
  - h. Descripción del entorno laboral, otros TSM.
2. Precariedad Laboral
3. Construcción de la identidad sexual.
  - a. Sobre el cliente
  - b. Sobre el propio TSM

## 1.- Características del trabajo sexual.

### a.- Sobre el cliente:

Dentro de la conversación con los diferentes trabajadores sexuales, aparecen similitudes en la percepción que tienen de los clientes que atienden. Surge el tema del poder económico y también de lo que busca cada usuario dentro del comercio sexual. Se plantea que a mayor ingreso económico de los usuarios, existe mayor variación de las necesidades que tienen.

A la vez, el tema de la “compañía” por sobre la relación sexual, surge como una necesidad muy marcada por los clientes en la percepción al trabajador sexual.

### Ámbito económico:

*“Quizás el que maneja un ámbito económico más bajo es más claro y busca sexo por ejemplo, en cambio creo que el que maneja un ámbito económico mayor es más extravagante, sino que busca a veces más compañía, más conversación si eso te lleva a otra cosa bien, es como más acabar y no necesariamente ...” “El que tiene mayor ingreso te invita a su casa(...) Regularmente tiene buenos lugares, en cambio el de ingresos más bajos regularmente lo hacen en moteles o también en otros lugares”.*

*“el cliente que tiene mayores ingresos es el que te da más comodidad para estar más tranquilo te da más comodidades quizás te relajas un poco más pero el cliente que tiene menores ingresos va busca lo que tiene que buscar y ya chao”.*

**(Andrés, TSM Internet)**

*“Hay varios, no sólo hay gente que busca penetración sino sólo mirar y toquetear no más. Hay caballeros que no les gusta penetrarse. Igual yo soy activo, no pasivo, entonces, pero a la mayoría les gusta mirar y toquetear más que nada(...)tienen plata, es gente que uno piensa que son gay o que le gustan los hombres”*

*“algunos tienen sus parejas y no le pueden decir que son gay de la noche a la mañana, se van a derrumbar cuantas cosas, y otros no sé, hay gente que está caprichosa la gente que tiene dinero es muy extraña a veces (...) he estado con hombres que quieren que los penetren porque su mujer quiere que los penetren nada más (...) la gente tiene gustos tan variados y extraños” (Cristián, TSM Calle)*

#### Solicitudes del cliente

*“hay clientes que son directos y quieren el sexo al tiro, otras veces en la conversación y van preguntando”*

La bisexualidad aparece como algo normal entre los clientes que los frecuentan.

*“más que nada se sienten solos porque más que el sexo buscan compañía. En las relaciones se conversa hartito”*

*“El cliente llega y primero te mira, uno se fija porque no se va, te fija la vista, te fija la vista y después se pasea de nuevo, se da vueltas en el auto. Luego tú te acercas y le preguntas qué quiere o muchas veces ellos te llaman (...) Él te llama y te pregunta qué estás haciendo y ahí tú le dices” (Cristián, TSM Calle)*

*“igual los gay que llaman, igual siempre piden que cuando sean activos que sean dotados (...) si ellos piden un dotado les mandan un dotado, y de repente no piden dotación sino forma física, o sea si un moreno o blanco quiero no sé uno peludo, entonces no sé, ahí la gente es la que...”*

*“hay unos que son casados y tienen familia y todo pero a escondidas son gay”  
**(Sebastián, TSM Agencia)***

*“me ofrecen algo para beber, siempre hay un preámbulo antes... bueno igual me han tocado gente que quiere ir directo al grano, pero la mayoría que me ha tocado ha sido súper sociable y pero te atienden” **(Alonso, TSM Internet)***

*“la mayoría piden dotación (...) Tener un pene más o menos bien... que esté un poquito más del rango de lo normal (...) 15 centímetros más o menos”*

*“A veces son gente chanta que te hace contactarse con ellos y al final no llegan a ni una parte. Yo igual he perdido hartos viajes, plata igual” **(Alonso, TSM Internet)***

#### Percepciones sobre cliente.

Sobre las percepciones, existe la convicción sobre la identidad sexual de los clientes, muchos de los TSM plantean la doble vida y la bisexualidad de los clientes que recurren a sus servicios.

*“Estaba acostumbrado a hacerlo solo con mujeres (¿Y de tu clientela son más hombres o mujeres?) 99% hombres”.*

*“Algunos tienen su vida formada, matrimonios.”*

Acá el mismo trabajador sexual habla sobre el nexo que surge en la relación permanente que se da con el cliente, cosa que denomina como “amistad” pero dónde siempre hay dinero en el encuentro.

*“ahora el único cliente que mantengo que más que cliente ya se formo un lazo de amistad.”. (Andrés, TSM Internet)*

*“La mayoría son mayores (...) De cincuenta pa` arriba, y profesionales”*

*“ahí el cliente ve lo que busca sí es un chico pasivo o si es activo”*

*“La mayoría son gay, pero igual hay clientes que son casados”*

*“Clientes que... que yo he llegado y me dicen, yo soy casado y quiero probar algo diferente y por eso llame a la agencia y... en realidad eso, y igual que llaman parejas también, llaman matrimonios, han llamado matrimonios que el esposo quiere ver a la mujer conmigo o... o los frente a la esposa... son fantasías me imagino de ellos que buscan satisfacer” (Sebastián, TSM Agencia)*

El tema de la compañía, y la doble vida de muchos clientes es tema recurrente para los TSM y es aquí cuando cumplen un rol de amistad y conversación por sobre el sexo mismo, que es algo que está muy instalado socialmente sobre comercio sexual, que es el sexo lo fundamental.

*“hay, no voy a decir quién es... hay un cliente con el que he estado tres veces, y... bueno no es de acá, cuando llega acá a la Quinta Región, me llama... y quiere estar conmigo, y de repente te digo no tenemos ni sexo, o sea, solamente conversamos, y... igual hay gente que está muy sola de repente y busca compañía” (Sebastián, TSM Agencia)*

Es recurrente el tema de la doble vida de los clientes que solicitan el servicio sexual.

*“La mayoría son gay y algunos son bisexuales” (clientes hombres)*

*“Gente que se siente sola, casi siempre son gente separados que yo pienso que reconocieron su “sexualidad”, porque tú sabes que esta sociedad es siempre homofóbica, estamos en Chile y lamentablemente no está tan acostumbrados aunque ya debería estar arreglado el tema entonces es gente sola”*

*“Tienen otros, tienen pareja mujer (...) me piden que sea lo más confidencial posible para no revelar “su secreto”*



*“han sido pocos los problemas que he tenido, con las mujeres, las mujeres son más exigentes sí que el hombre” (Alonso, TSM Internet)*

*“(¿Del cien por ciento de clientes que tenía cuántos son hombres?) El 30% por ciento se puede decir (El 30% son hombres, ¿Y el resto?) El resto son mujeres, mujeres mayores”*

*¿Tú crees que tus clientes buscan sólo sexo?*

*- Yo creo que sí, casi la mayoría, algunos no.*

En esta cita, el TSM plantea que cuando el cliente pasa más allá del servicio, o sea de pedir el fono, se piensa que existe un nexo mayor que del contacto sexual.

*“Los que vienen por... los que no te piden el teléfono ni nada, por ejemplo los que te piden el teléfono hay una relación entre medio cachai”.*

**(Iván, TSM Internet)**

b.- Servicios:

Dentro de esta categoría de análisis, aparece muy marcado las diferentes necesidades que tienen el cliente y lo que buscan en el pago de estos servicios. Es así, que la demanda varía desde sexo, en donde el planteamiento del rol que asume el trabajador sexual es primordial en la contratación y en la realización del acto mismo; también se ofrecen

masajes corporales que derivan en el acto sexual y nuevamente aparece la categoría de la búsqueda de “compañía” que solicitan los clientes.

*“quizás tú dices que es sexo por dinero, pero a veces es compañía no es solamente sexo y en caso que sea sexo uno cuando se va la gente queda más tranquila un poco más contentas de cuando llegan entonces es gratificante.”*

*“Ah le pregunto qué es lo que quiere, si es pasivo o activo y si es activo no y te insisten por más plata les digo que no”*

La percepción sobre la habitualidad de los usuarios del comercio sexual, y que buscan más de un trabajador sexual para concretar la relación sexual, hace que los TSM busquen herramientas para ser los “mejores”

*“la mayoría de los que han pagado por sexo lo ha hecho más de una vez yo creo que la gracia está en marcar la diferencia porque hay muchos que los mismos clientes me hablan que vienen hacen lo que tienen que hacer no hablan y se van, sin embargo tratar de llevar el tema con un nivel cultural mayor marca la diferencia.”*

*“algunos (otros TSM) por 5 lucas te dan cielo, mar y tierra y que hagan con ellos lo que quieran.”*

*“hay una conversación, ¿a qué te dedicas o si a algo más?, te preguntan, porque también te cuestionan ¿por qué llegaste a esto?”*

*“creo que al momento de negociar depende de lo que busca ahí procedo a fijar la tarifa” (Andrés, TSM Internet)*

*¿En qué consisten tus servicios específicamente?*

*- “Mira todo depende, haber por ejemplo les doy sexo, puede ser una conversación, puede ser un cariño o que de repente te dicen masturbarme, o tocarles el pene, pero todo varia, o sea depende de lo que ellos quieran uno lo va a hacer.” (Felipe, TSM Internet)*

*Solamente penetración.*

*... Claro. Y doy masajes, igual doy masajes.*

*“Hay gente que lo hace más que nada porque no tiene otra cosa que hacer, es como más fácil, rápido y tenía plata en el momento”*

### Ser Activo

*“Es que depende, por ejemplo en mi caso entre comillas yo creo que soy activo en el caso que el cliente sea pasivo para mí se me hace más fácil no tengo ningún problema en tener penetración en sentir todo como los activos, sin embargo por el lado de pasivo solamente sexo oral, hay cierto límite del dinero que me ofrezcan no me gustaría ser penetrado por ejemplo.” (Andrés, TSM Internet)*

La valoración que se tiene del rol “activo” es recurrente en las entrevistas, ejemplo de esto es la siguiente cita en dónde el cobro es alto referido al servicio entregado.

*“penetración cobro 20 mil, de 20 mil a treinta mil, dependiendo de la persona, y eso no más hago, yo penetro”*

*“me piden lo que yo haga, lo que yo les haga a ellos. Generalmente yo no les hago nada, conversamos y empieza el toqueteo, empiezan a tocar mi pene y nada”*

*“yo doy solamente sexo otra cosa no sé si entablar alguna relación no”*

**(Cristián, TSM Calle)**

*“igual esta dicho a lo que uno da, el servicio que da uno, es lo que le llaman si uno es activo o pasivo, yo soy activo, o sea, el cliente ya está claro y no va a pedir otra cosa”*

*“Como yo cumpla el rol del activo mi limite es no ser pasivo, miles de cosas en realidad, yo no practicarle sexo oral a él... no besarle en partes... en partes del cuerpo... los besos van a ser en los labios pero no en el cuerpo, los limites él los tiene claro” **(Sebastián, TSM Internet-agencia)***

*Penetración cachai, pero a algunos no. Esa es la diferencia, y hay algunos que igual son mayores, casi la mayoría son mayores.*

*¿Y en qué consiste tú servicio?*

*Penetración, que me penetren, de todo, sexo oral de todo, pero siempre cuidándome. De repente igual no me he cuidado, pero según la persona.*

***(Iván, TSM Calle – Internet)***

### Negociación

*“En realidad hay diferentes, cuando te llama alguien y estas con un cliente puede que sea puro sexo o si no acompañar y hablar con el cliente nada más que eso, pueden ser las dos cosas. Igual llaman más por sexo pero me han tocado las dos cosas”*

*“bueno yo llego, nos presentamos y él me dice en que trabaja y todo eso, en realidad es bien poquitito el dialogo”*

*“el cliente primero le dice a la gente qué es lo que necesita que es lo que va a querer, entonces si quiere sexo o si quiere solamente compañía o acompañarlo a algún evento o algo, se sabe de antes.”*

*“a veces que no dura una hora, dura de repente menos, 40 minutos, hasta media hora y el cliente lo que se hace por ejemplo es tener la relación y de ahí me paga y me voy, pero todo depende, pero se hace siempre en una hora” **(Sebastián, TSM Internet-agencia)***

A veces los TSM cumplen un rol fundamental de compañía en hombres que necesitan un espacio íntimo de dialogo y “cariño”

*“como amigo entre comillas, que tú lo escuchai él lo que te dice, y te cuenta sus problemas (...) a veces son más de tipo personales, de ellos, de la persona que... que me imagino no tienen con quien conversarlos... de repente son gay y los amigos no saben que es así y eso no tienen con quien conversarlo, y lo llaman a uno.”*

*“por Internet me he metido y creo que acá en la quinta región es la única agencia que hay de hombres para hombres, creo, es por lo que he visto, pero hay más de mujer, pero de hombres... hay hartos hombres individuales sí, lo hacen no por agencia sino que solos y esos aviso salen por Internet y es lo que me he fijado”*

*“Lo que es dotación está en todo, en premium, en gold o en silver, hay e todo o sea el cliente pide lo que quiere no más” (Sebastián, TSM Internet-agencia)*

*“Ahí pongo la tarifa y ellos ven si sí, o no, ponemos un lugar de contacto para juntarnos y de ahí, un departamento, casa o un motel”*

*“Me han tocado dos personas que no, más compañía que sexo, después ha sido un pequeño sexo oral le damos sexo oral al cliente y nada más”*

*“comer, aparte del sexo porque harto sexo, pero se come, tomarse un trago”  
(Alonso, TSM Internet)*

c.- Remuneraciones:

En el ámbito de las remuneraciones por el contacto sexual, se describe lo fácil que es ganar dinero en este rubro y por muy poco tiempo, esto se visualiza como positivo por los trabajadores sexuales ya que en ningún trabajo asalariado contratado ganarán este monto por hora y eso se valora bastante. Además, se clarifica el rol sexual que asumen en cada coito, es decir, el rol activo es lo que se prefiere en este tipo de trabajo.

Una categoría interesante de analizar es el trabajador sexual de agencia, ya que el pago que le realizan debe compartirlo con quienes le hacen el contacto sexual, es así que la diferencia del pago al TSM es un porcentaje de lo que le entrega el cliente.

*“10000 por lo bajo (...) Regularmente media hora (...) Siempre con dinero (...) nada más algunos me han ofrecido droga pero no, no va conmigo”*

*“me di cuenta que era dinero sumamente fácil”*

*“por menos de 10 lucas no me muevo.” (Andrés, TSM Internet)*

*“Eso de las lucas me agrada ir a una pega y estar una hora y te ganai veinte lucas, veinticinco lucas y hasta cuarenta cachai, en ningún lado, si no eres profesional es súper cierto, de agradarme por las lucas demás es algo súper cierto, soy gay y me meto con hombres, de repente puedes decir él es gay y está todo bien.”  
(Felipe, TSM Internet)*

*“penetración cobro 20 mil, de 20 mil a treinta mil, dependiendo de la persona, y eso no más hago, yo penetro”*

*“De veinte mil hacía arriba, dependiendo (...) no acepto nada más, no he aceptado drogas, ni joyas ni nada más”*

*“es la plata fácil porque en una hora puedes tener veinte mil o cincuenta mil pesos dependiendo” (Cristián, TSM Calle)*

*“En realidad es como una plata extra que necesito para pagar mis estudios, el trabajo no lo da todo en realidad, pero es como 30% más de mi trabajo acá.”*

*“30 mil (...) El sesenta (%) para mí y el resto para la agencia”*

*“Entonces se cobra más por el... depende de la persona, en los silver están los que cultivan el físico los que van a gimnasio yo todo eso, los de Gold los más normales”*

*“esta todo antes dicho, la agencia dice que te van a pagar tanto en una hora, en tal lugar”*

*“Algunos clientes me pagan altiro, antes de, llegan y me contacto con ellos y altiro me dan el dinero y otros que después del acto sexual”*

***(Sebastián, TSM Internet-agencia)***

*“15 mil pesos la hora” (...) Por la noche completa se hace una tarifa especial (...) Entre 50 y 70 lucas, depende de la persona”*



*“depende, de repente puede ser una en la semana o hasta cinco (...) Claro, debe ser como arriba del mínimo, sus 200 lucas” (Alonso, TSM Internet)*

Claramente Iván, no es un TSM con experiencia en el ámbito del comercio sexual, ya que el cobro que él hace es el mismo por toda la noche o por una hora, cosa que los otros TSM tienen mucho más definido.

*¿Cuánto cobras por el servicio?*

*15 mil.*

*¿Cuánto tiempo?*

*Hasta que acabe, de repente igual con los clientes que tengo nos quedamos toda la noche, salimos, vamos a bailar y después nos vamos a un motel cachai”*

*(Iván, TSM Calle – Internet)*

d.- Seguridad laboral:

En esta categoría, se reconoce muy poco el trabajo sexual como un trabajo establecido, es más bien un “ingreso” extra, por lo mismo se visualiza poco el tema de los resguardos laborales para esta profesión. El TSM de agencia se siente protegido por firmar un documento que no tiene legalidad alguna y por ello, no trabaja solo en este rubro. Por otra parte se mencionan experiencias negativas sufridas por otros trabajadores sexuales.

*“he sabido de casos que los han asaltado, que los han golpeado, que los han violado” (Andrés, TSM Internet)*

*“Es igual es, lo que yo creo que es un riesgo para mí, que me llame un cliente “x” desconocido prefiero que la agencia lo tome, me siento más seguro es como un respaldo, solo a mí no me gustaría trabajar no.”*

***(Sebastián, TSM Internet-agencia)***

e.- Juicio sobre trabajo:

El trabajo sexual masculino visto desde nuestra sociedad y de la perspectiva de los mismos TSM, es visualizado como negativo y que es una labor que está muy prejuiciada. Pero esto no les impide ejercerla y seguir generando ingresos a través de ella, siendo un trabajo grato y bien remunerado desde su visión.

A la vez, es un trabajo que se ejerce en el ámbito más clandestino, acá aparece que ni el círculo más cercano a ellos conoce la práctica y que jamás revelarían este trabajo.

*“Socialmente no es un tema bonito, o sea no te puedo decir trabajo en tal lado me enorgullezco de trabajar ahí. Sin embargo en esto son pocos los que te puedan decir que trabajan...”*

***(Andrés, TSM Internet)***

*“Al trabajo sexual como le dices tú, yo no le llamo... yo le digo trabajo no más”*

*“Para mí es positivo, no sé en cuanto a la gente, yo lo veo positivo”*

*“igual suena como raro porque yo tengo un trabajo y otras cosas pero como eres joven te pica el bichito y te queda gustando”*

*“no tengo problemas estoy súper sano, estoy limpio y me cuido no encuentro que sea malo dentro de lo normal”*

*“me fueron hablando y hablando y yo de primera no porque era en contra de la moral y las buenas costumbres de mi familia. Y un día hasta que fui y experimente y me quedó gustando, le agarre el gustito al dinero”*

***(Cristián, TSM Calle)***

*“Yo creo que bueno está súper mal mirado, está súper mal visto por la gente, pero yo no lo veo tan, lo veo un poco igual mal pero no lo veo tan malo, depende también un poco de para qué tú lo quieras, yo lo quiero para pagarme mis estudios en realidad y eso. Pero no lo veo como algo tan malo como la gente”*

*“es bueno, es bueno, bueno no voy a estar para siempre en esto, es como para ayudarme económicamente para pagar mis estudios... lo encuentro como bien, la persona que lo hace, lo hace y no encuentro nada malo”*

*“Mira de primera, no te voy a mentir, me sentí como un poco mal, pero uno es animal de costumbre así que me acostumbre y ahora es lo más normal”*

*“lo describiría como algo en realidad normal, o sea, la mayoría de los chicos que llegan a la agencia... me imagino que lo hacen igual por dinero”*

**(Sebastián, TSM Internet-agencia)**

*“malo porque yo como persona no debería vender mi sexo a los demás”*

*“nadie de mi familia sabe tampoco, a la hora que se llegan a enterar queda la escoba (...) tengo que llegar a mentir un poco”*

**(Alonso, TSM Internet)**

F. - Placer:

En este ámbito, el tema del placer aparece como un factor importante en el trabajo sexual masculino, ya que para desarrollar la relación sexual deben “sentir” cierto goce por el cliente para que la relación sexual tenga un buen término.

*“Yo creo que, que te paguen por hacerte sexo oral es interesante”*

*“yo encuentro que el hombre hace mejor sexo oral que la mujer”*

**(Andrés, TSM Internet)**

*“igual uno tiene que sentir un poco de placer para hacerlo en realidad, pero más netamente económico”*

*“igual hay clientes que no son del gusto de uno en realidad, pero uno tiene que hacerlo si estas en esa hay que apechugar”*

*“yo lo hago más que nada por necesidad, no es por... no me da placer ni nada. Pero igual tengo que tener un cierto... un poco de placer para poder atender bien al cliente”*

*“(¿Cómo ha sido tu experiencia con estos hombres?) A mí no mucho placer porque en realidad me gustan más las mujeres pero igual he satisfecho yo creo porque me han vuelto a llamar y se ha logrado el fiato”*

*“igual es lucrar fácilmente, igual con el tiempo es decadente, como que uno... depende del perfil de la persona igual ahora como que he tenido más malestares, me da vuelta... igual como que está mal lo que hago...”*

**(Alonso, TSM Internet)**

G.- Sobre Riesgos, salud y posibilidades de prevención:

En general en estas entrevistas, el tema del VIH/SIDA y las drogas está en conocimiento de todos, existe mucha información. Además, se puede comprobar, a través de las opiniones, que las campañas comunicacionales deben ser más focalizadas y más directas. Los lugares para realizar estas campañas debe ser a través del espacio virtual, que es el lugar “masificado” para el comercio sexual ya que es a través de Internet, en los Chat gays, los principales lugares de encuentro de la comunidad Gays de la Región.

También, cuando se aborda el tema del uso del condón, la mayoría no transa su uso por más dinero y es sólo uno de ellos (Iván) el que se fija en la presencia o facha del cliente para aceptar o no el uso del condón.

La información que tienen sobre el Test de ELISA es muy buena, y la mayoría de ellos ha accedido al Test en alguna ocasión. El TSM de agencia, plantea que se lo piden cada cierto tiempo como “registro” de la agencia y como parte del “convenio” que se firma”

A la vez, creen que es fundamental que se comience a promocionar en estos espacios y que deben tener mensajes directos y específicos, tanto para el que ejerce el comercio sexual, como para el “cliente” que busca estos servicios, el cual ha aumentado considerablemente.

*“Por Internet es súper fácil ubicar hartos, ubicarnos y a la hora de ofrecer ayuda, ofrecer preservativos”*

*“o al menos que se regulara la prostitución, tuve la mala suerte de entre comillas conocer a trabajadores sexuales que no están bien que andan portando VIH y es un riesgo también para la sociedad obviamente”*

*“Un trabajador sexual con VIH es un riesgo”*

**(Andrés, TSM Internet)**

*¿Y si te ofrecen mucha más plata, pero sin condón?*

- Uyyy... ¡No!

¿No?

- “No, pero es que no se trata de la plata...”

¿Pero si tú cobras 20 y te ofrecen 100?

- “100 lucas!!! En el momento... pero es que igual es un riesgo, tendría que ver la persona, no sé poh, una difícil respuesta.”

**(Cristián, TSM Calle)**

*“nosotros igual usamos preservativos para los encuentros sexuales”*

*“me puedo contagiar de algo, hay tantas enfermedades sífilis, no sé un motón de cosas”*

*“Eso es también lo que la agencia prohíbe la normativa interna está ahí que no podemos en realidad aceptar nada del cliente ni un vaso de agua(...)Nada porque en realidad es riesgoso para nosotros en realidad porque no sabemos si le ponen algo a un vaso, es por eso en realidad”*

*“Es un reglamento claro, bueno que usemos siempre preservativo, que cuando estemos con el cliente no aceptarle nada, y no acercarnos a la ropa de ellos porque se puede pensar mal o un robo o algo, entonces cuando uno se saca la ropa o el cliente se saca la ropa no acercarme a la ropa de él, en realidad son cosas que igual es para que el cliente tenga más confianza en uno... eso es más o menos lo principal”*

*“en la entrevista que tuve me conversaron de todo lo que... incluso me preguntaron si tenía algún examen, incluso de aquí a fin de año tengo que hacerme esos exámenes”*

*“cuando me entrevistaron, en realidad, hablamos de eso, yo le pregunte en caso de que pasara algo un accidente no sé, un montón de cosas, me dicen que igual ellos pagarían por (...) Es todo de palabra no más”*

*“es como peligroso entre comillas, pero igual me siento como un poco confiado con la agencia, igual por eso no me atrevo a trabajar sólo, yo creo que más por eso. Igual tenía como un respaldo”*

*“tratan, me imagino yo, de asegurarse que la gente que trabaja esto, de que lo esté haciendo bien, o que no esté enferma, o que no este cochina que ande tirando virus. Yo creo que los controlan más que nada más que legalizado, yo creo”*

*“nos dijeron que cada tres o cuatro meses nos iban a estar haciendo los exámenes (...) Dijeron que ellos lo iban a ver conmigo para hacerme los exámenes, que ellos iban a pagar”*

**(Sebastián, TSM Internet-agencia)**

*“Primero que nada el buen uso del preservativo, ante todas las cosas eso, segundo hacerse un chequeo médico yo creo, nadie va hacérselo cada un mes pero, bueno cada 60 días yo creo que sería como conveniente, porque bueno*



*ocupar condón no es 100%, es como lo más preventivo, pero de repente pasan accidentes que se pueden romper y varias cosas más”*

***(Alonso, TSM Internet)***

*Cuidándote ¿Cómo es eso?*

*- “Con preservativos, porque igual ahora, por ejemplo con las personas con las que estoy, con ellas igual no me cuido cachai porque igual llevo tiempo, ya sé que no tienen.”*

*¿En todas tus relaciones sexuales, por ejemplo, del trabajo sexual usas condón?*

*- “Si, pero como te dije endenante, mira con la pareja que igual, con la que me ayuda cachai, no poh cachai, igual lo conozco hace años y yo sé que no tiene. Pero con otras personas que voy a la disco y... ahí me cuido”*

*Oye Iván y ¿si por ejemplo dentro del comercio te ofrecieran el triple, o cuatro veces lo que tú ganas por no usar condón?*

*- No se poh igual, igual no sé, a lo mejor lo haría, a lo mejor lo haría.*

***(Iván, TSM Calle – Internet)***

H.- Descripción del entorno laboral, otros TSM.

Si bien es cierto, el trabajo sexual masculino ha salido en su mayoría de las calles y se ha trasladado principalmente a ejercer esta profesión desde el Internet. Pero de las experiencias que surgen, mayoritariamente de los trabajadores sexuales de calle, aparece la descripción del entorno laboral y como se relacionan en ese espacio.

*Al principio hubo roce. ¿En qué consistían esos roces principalmente en la calle?*

*- Ah! Porque si a ti te buscan más, le quitas la gente a ellos, o sea, como popular... mientras más popular...*

***(Cristián, TSM Calle)***

*¿Cómo los describí a ellos, cómo son, cómo es el trabajo sexual en la calle con tus pares, hay agresiones, hay rivalidades...?*

*- Hay rivalidades, de repente si tú soy más, tení más clientes igual te afecta un poco cachai. Porque igual te dicen “puta voh tení más clientes que yo, y yo no he agarrado ni uno en la noche”*

***(Iván, TSM Calle – Internet)***

## 2.- Precariedad laboral:

Dentro de este ámbito, aparecen muchas inquietudes respecto al desarrollo del trabajo, vuelve a aparecer el tema de la clandestinidad como forma de ejercer el trabajo sexual masculino y de seguir ejerciéndola de esta misma forma, ya que acomoda mucho.

También se describe mucho el riesgo que corren con estos encuentros fortuitos, sólo agendados desde la impersonalidad del chat o Internet y lo que podría suceder si el cliente no fuese como se ha descrito o tuviera segundas intenciones que no fuesen la realización de la relación sexual.

A la vez, como en cualquier otro trabajo, aparece el hecho de realizar cosas que no nos agradan, pero como hay un pago de por medio se debe concretar.

*“igual hay clientes que no son del gusto de uno en realidad, pero uno tiene que hacerlo si estas en esa hay que apechugar”*

*“si igual me preguntan...yo no... o piensan que es alguna mina que tengo, pero no... y tengo que andar mintiendo, esa es un poco la lata podría decir, pero...”*

*“yo lo hago netamente por la plata, no me quiero meter tampoco más allá, no quiero engrupirme en esto en realidad, porque igual lo único que quiero es sacar mi carrera, sacando mi carrera doy todo por pasado”*

**(Sebastián, TSM Internet-agencia)**

*“comercio sexual por dinero, por necesidad, varias falencias”*

*“yo lo hago más que nada por necesidad, no es por... no me da placer ni nada. Pero igual tengo que tener un cierto... un poco de placer para poder atender bien al cliente”*

*“lamentablemente la necesidad a veces te lleva a hacer cosas que llegan al límite, y de repente es mucho la necesidad de trabajar, tuve que dejar mis estudios”*

*“nadie de mi familia sabe tampoco, a la hora que se llegan a enterar queda la escoba (...) tengo que llegar a mentir un poco.”*

*“puedo lucrar más porque así puedo dar lo que necesita mi hija, es por eso no más, es una cuota de necesidad más que nada”*

*“igual es arriesgado, puede ser hasta un loco, un psicópata”*

*“A veces son gente chanta que te hace contactarse con ellos y al final no llegan a ni una parte. Yo igual he perdido hartos viajes, plata igual”*

*“yo trato de guardarlo así como en secreto, me entiende, por lo mismo yo trato de no mostrarme mucho, me puede perjudicar, igual no quiero seguir mucho tiempo más en esto prefiero llegar a un tope. Ya cuando este bien económicamente y pueda seguir estudiando lo quiero cortar”*

**(Alonso, TSM Internet)**

*“Si algunos sí, igual los conocí pero no, era por el momento cachai, porque igual como lo que te digo no me gusta que me vean con ellos, porque igual no puedo andar con alguien si sé que mi hermano vive cerca o me conocen cachai y si me ven con ellos van a decir qué onda este. Además en el sistema donde yo trabajo igual son puros hombres.”*

*“Una vez igual me asaltaron y me violaron, igual fue acuático, igual llegué todo morado a la casa. Igual ahí fue cuático, y mi hermano igual ahí tuve que calmar la cosa.”*

***(Iván, TSM Calle – Internet)***

### **3.- Construcción de la Identidad Sexual**

#### **A.- Sobre el cliente**

Sobre la identidad sexual del cliente, aparece la percepción que se tiene sobre él y su orientación sexual, ya que existe una clara convicción que son hombres con orientación sexual bisexual, pero que el medio en el que se desenvuelven no les permite vivir una sexualidad plena y deben recurrir a ellos para complementar y satisfacer esa vida “íntima” que tienen.

*¿Cómo te das cuenta que la persona es gay?*

*- “Haber, es que la verdad que por Internet te pueden decir muchas cosas me ha tocado el casos que dicen que son heteros, que son gay, que son bi, y para mi es re fácil darme cuenta quien es gay y quien no es gay.”*

*¿Cómo te das cuenta de eso?*

*- “Haber una persona, para mí considerando mi criterio, una persona que es hetero jamás va ser pasivo dentro de la relación, son distintos por ejemplo una persona que es hetero y se contacta contigo jamás te va a dar una muestra de cariño, o sea son súper fríos, tienen sexo y chao y te vas y eso, no te dan besos, no te abrazan y nada lo único que quieren es sexo y chao. Una persona gay es distinto porque te abraza, quiere caricias siente la necesidad después de tener*

*sexo de preguntarte cosas de dónde eres, cómo eres, que por qué haces esto, es como muy fácil darse cuenta de eso.”*

*Solamente con hombres, ¿del cien por ciento de estos cuál crees tu que el porcentaje de ellos es gay?*

*- “Setenta por ciento.”*

*¿Tú crees que es gay?*

*- “La verdad que no creo, estoy seguro. Es que muy pocos, una persona que es gay y yo que soy gay es difícil que una persona se escape.”*

***(Felipe, TSM Internet)***

*“hay más clientes hombres, un 90% son hombres que llaman, 10% mujeres, o matrimonios”*

***(Sebastián, TSM Internet-agencia)***

*“Por necesidad, de repente las clientes mujeres dejan de llamar, fue una pura vez, o fue un par de veces y después no llaman más, y pierdes clientes, entonces la misma necesidad te hace llegar a... (¿Hay más demanda?) Sí, hay más demanda de hombres”*

***(Alonso, TSM Internet)***

*Ahora cuando tú me decías que tú crees que son gay tus clientes.*

*- “Entre comillas porque si no fueran gay no harían lo que está haciendo.”*

***(Iván, TSM Calle – Internet)***

## B.- Sobre el Trabajador sexual masculino

Sobre la identidad sexual de los TSM entrevistados en este estudio, se puede dejar en claro que el tema de la bisexualidad es algo que está presente en ellos, no desde la identidad sexual propiamente tal, sino desde la perspectiva del trabajo que realizan. Esto, ya que si bien en el primer acercamiento a este tema existe una confusión sobre la propia orientación sexual y sus significados, existe una claridad que al mantener relaciones sexuales con otros hombres y sentir “placer”, la bisexualidad puede ser una alternativa de definición sólo cuando se ejerce comercio sexual.

Siguiendo con este tema, podemos decir que la bisexualidad es algo muy recurrente en este medio, en el primer acercamiento y en la primera pregunta que se inicia la entrevista y se pregunta abiertamente si son gays, el descolocamiento fue general. Algunos negaron su condición gay, otros lo aceptaron rápidamente, pero muchos se clarificaron en el desarrollo de la entrevista, puesto que hay un reconocimiento que en el trabajo sexual que realizan y que además les provoca un placer y que este “placer” debe estar presente para desarrollar bien la “pega” y no fallar en el servicio que necesita el cliente, ya que el autoreconocimiento, de algunos, es sólo para el trabajo sexual y no para el diario vivir.

*“(vamos a empezar la entrevista entonces, para comenzar ¿tú te consideras gay?) Yo no (¿No?) No (...) (¿tú te consideras gay, bisexual o heterosexual?) Yo creo que bisexual (Bisexual y ¿por qué?) Porque gay no soy”*

*“yo encuentro que el hombre hace mejor sexo oral que la mujer. (Por el placer que eso te produce ¿tú tendrías sexo ocasionalmente con un hombre?) Yo creo (¿tú tienes pareja?) Sí (¿Es hombre o mujer?) Mujer (¿Vives con ella?) Sí (¿Y con quién más vives?) Con mi hijo y con mi suegra (¿Quién sabe de esto?) Nadie (O sea esto es clandestino) Solamente clandestino”*

*“la prostitución masculina es un poco más oculta (...) hay menos regulación, Carabineros sigue a las prostitutas en la calle y es difícil encontrar hombres en la calle y si es que lo hay tienen que estar muy angustiados por ejemplo.”*

**(Andrés, TSM Internet)**

*¿Tú eres gay?*

*- No (...) por lo que hago podría ser “bi”*

**(Cristián, TSM Calle)**

*“Por el hecho de meterme con hombres, hombres y mujeres, pero igual yo a mí me gustan las mujeres pero igual eso de bisexual igual es como... a lo mejor soy gay, eso en realidad no lo sé todavía me lo cuestione hace poco, pero en realidad me satisface estar con un hombre lo descubrí ahora entonces yo le llamo bisexual a lo mejor”*

*“tuve que meterme con hombres, en realidad por plata, si quería ganar plata tenía que... hay más clientes hombres, un 90% son hombres que llaman, 10% mujeres, o matrimonios”.*

**(Sebastián, TSM Internet-agencia)**

*“(¿Cómo ha sido tu experiencia con estos hombres?) A mi no mucho placer porque en realidad me gustan más las mujeres pero igual he satisfecho yo creo porque me han vuelto a llamar y se ha logrado el fiato”*



*“igual yo tengo pareja, la mamá de mi hija, igual como que de repente se te vienen lagunas mentales y empezái a pensar a sentirte como persona, como hombre”*

*“(¿Y cómo lo lograi, en qué pensai, de hecho tení un hombre y a ti te gustan las mujeres como decí tú?)Fantaseo, lo más lógico, para poder logara una erección y satisfacer.”*

*“que igual es contradictorio, igual debo ser bi, pero por ejemplo si yo veo a un hombre no me causas nada, me entiendes”*

*“(Pero en el sentido por ejemplo ¿Tendrías sexo con un hombre sin plata de por medio?) No (¿No?) No, no escupo al cielo, pero hasta el momento no”*

*“Por necesidad, de repente las clientes mujeres dejan de llamar, fue una pura vez, o fue un par de veces y después no llaman más, y pierdes clientes, entonces la misma necesidad te hace llegar a... (¿Hay más demanda?) Sí, hay más demanda de hombres”*

*“(¿En el sentido de qué tienes placer con los hombres, siendo tu heterosexual?) No se poh, es loco! Porque se presta solamente en el acto, porque yo veo un hombre no me causa ninguna excitación ni nada”*

**(Alonso, TSM Internet)**



Magister Psicología Social Comunitaria  
Mención Intervención Psicosocial

*¿Eres gay?*

*- Sí.*

***(Iván, TSM Calle – Internet)***

## PRESENTACION Y ANALISIS RESULTADOS

### Cientes:

Los trabajadores sexuales plantean similitudes sobre el cliente masculino que utiliza los servicios sexuales de ellos. Estas similitudes quedan demostradas en el contenido de sus expresiones que realizan en este estudio, pudiendo partir desde las siguientes premisas:

Se plantea que existen dos tipos de clientes mirados desde el aspecto económico, el que tiene recursos y se da el tiempo de socializar con los TSM y es que busca sexo rápido y tiene recursos limitados. Con el cliente que tiene más recursos existe una plática muy rica sobre la vida de ambos, que permite la negociación y un tipo de vinculación que les da la posibilidad de generar confianzas y posteriormente concretar la cita.

A la vez, existe una pseudo relación con los clientes que tienen mayor tiempo de conversación, ya que se invitan algunas cosas como tragos o bebidas, existe un recibimiento mejorado en la cita y por ende, surge una conversación que les permite abordar todo tipo de temas y es desde este espacio en que los TSM validan sus hipótesis y creencias sobre los clientes.

Se plantea que los clientes, en su mayoría, son personas que tienen resulta su vida económica producto del pago que realizan por el servicio sexual y el tiempo de duración de ésta. También existe un claro encasillamiento de los clientes como hombres homobisexuales, ya que en el dialogo que tienen se plantea que muchos de ellos son

casados con hijos y que llevan una vida “heterosexual normal”, por lo tanto la conclusión de esta orientación sexual parece muy simple.

Una apreciación que aparece muy marcada es la búsqueda de compañía, ya que se aborda que la mayoría de los clientes quieren conversar y retrasan mucho el acto sexual, puesto que las miradas, la coquetería, y el sentirse “queridos” y acompañados adquiere un valor mayor que la relación sexual como tal.

También, existe una apreciación muy fuerte sobre el nexo que surge entre los TSM y los clientes, que está totalmente ligado a la cantidad de veces que se comunican entre ellos y que pasan a ser parte de la “cartera de clientes”. Esta sensación se ve expone desde la prime a relación con ellos hasta el tipo de “amistad” que adquieren.

### **Servicios**

Dentro de los servicios que ofrecen los trabajadores sexuales masculinos y de la búsqueda de “placer” de los clientes, aparecen algunos temas que se deben abordar.

En cuanto a los servicios que ofrecen los TSM, nos encontramos con una gama de ofertas muy amplia que van desde masajes eróticos y sexo en todas sus expresiones hasta compañía y conversación. Esta oferta se ve cruzada por lo que se busca y se ofrece por las partes involucradas en este proceso. Es aquí en donde los clientes acceden a los diferentes circuitos de los TSM buscando lo que más cumpla con sus deseos, generalmente y basado en las experiencias del trabajador sexual, que es sexo y compañía.

Los TSM, dentro de su gama de ofertas se encuentra de un todo, desde compañía o sexo explícito, pero es en la oferta específica la que más llama la atención, ya que la valoración del “activo”<sup>16</sup> y “pasivo”<sup>17</sup> es de suma importancia a la hora de negociar.

Cuando los TSM plantean que dentro de la oferta que existe el ser activo es el único rol que desempeñarán en este trabajo y que no se transará sobre esta práctica, esto tiene relación directa con la visión que tienen del hombre homosexual. Esta visión se clarifica de mejor manera planteando que la mayoría de los entrevistados no asume o no tiene clara la su identidad sexual, puesto que son algunos los que manifestaron su homosexualidad y el resto tuvo dudas sobre su heterosexualidad y por el trabajo que “hacen” podrían ser bisexuales.

Dentro de la búsqueda, en primera instancia los clientes plantean que necesitan personas que cumplan sus expectativas que va desde las características del físico del TSM, la juventud o el tamaño del pene (que es algo de mucha importancia en la negociación inicial), para luego quedarse con lo más “atractivo” según pesquisa realizada.

También se valora bastante el ser culto y tener “tema” de conversación, ya que a la hora del encuentro con el cliente, sienten que la valoración que hay sobre los TSM con mayor “roce” es mejor pagado y podrían volver a ser necesitados por el usuario de sus servicios.

---

<sup>16</sup> Ser activo en la relación sexual entre hombres significa que el rol sexual que se asume es del penetrador.

<sup>17</sup> Ser pasivo en la relación sexual entre hombres significa que el rol sexual que se asume es el del penetrado.

En resumen el servicio ofrecido por los TSM, consiste en una relación sexual de una duración aproximada de una hora. Pero a la vez, existe la posibilidad de sustituir el coito por una larga y amena conversación, cosa que les acomoda mucho más y el pago se realiza igual. Dentro del servicio mismo, la oferta es amplia y variada, ya que los TSM que se denominan como gay incluyen desde masajes, besos, caricias, penetración mutua y conversación. Los que se caracterizan como bisexuales ofrecen besos, caricias, penetración activa. Y el TSM heterosexual, la oferta es de masajes y sexo activo en conjunto que le puedan tocar el cuerpo, pero donde jamás permitirá besos o ser penetrado.

### **Remuneraciones**

Cuando abordamos en las entrevistas el tema de los pagos por la realización del trabajo sexual, surgen algunos contenidos que son necesarios analizar. Entre los que se encuentran el tiempo de duración del acto versus la paga de éste y la valoración que existe de ello.

Siguiendo con este tema, se considera muy positivo el pago que se recibe por el acto como tal, ya que se reconoce que es muy buen dinero por una hora de duración. Se compara con otros trabajos “formales” y se concluye que en ningún espacio laboral generaran esta cantidad de recursos, es por ello que es muy bien valorado.

A la vez, entre los entrevistados existe un TSM de agencia formal, la remuneración que recibe es el 60% del valor total de acto sexual, ya que el contacto y el preámbulo es realizado vía telefónica por la agencia y el TSM sólo se debe presentar en el lugar y hora indicada, por ello la agencia se lleva el porcentaje restante.

También se deja de manifiesto que el ejercer un trabajo que les dé un placer sexual y que por ello se les remunere, es encontrado sensacional, ya que aunque no estén claras algunas identidades sexuales de los entrevistados se reconoce que el placer entregado y que es recíproco y muy necesario para que este acto suceda le da una connotación especial al trabajo sexual.

A la vez, existen diferenciación en los valores que se cobran según el escenario en dónde se muevan los trabajadores sexuales, y estos varían de la siguiente forma:

- Calle:                      \$ 10.000 la relación, que puede o no ser de una hora.
- Internet:                    \$ 20.000 promedio, por una hora de trabajo.
- Agencia/web:              \$ 40.000 promedio, por una hora de trabajo.

### **Seguridad Laboral**

Cuando hablamos del trabajo sexual, se sabe que es una de las profesiones más antiguas del mundo y que existe toda una economía que rige detrás de ella. En nuestro País es una labor que no está reconocida pero que a la vez no es penada por la legislación Chilena. Son ciertos artículos que han permitido “juzgarla” desde la justicia, pero que no son fuente de presidio mayor.

A la vez, el trabajo sexual al no ser reconocido legalmente no tiene ninguna protección para quienes lo realizan, es por ello que lo que plantean los TSM es esta unidad de análisis es general.

Si bien la mayoría de los TSM, valora la paga por ejercer esta práctica que les quita poco tiempo y que conlleva el placer sexual, también no es reconocido como trabajo permanente y formal. Se plantea que es una cosa temporal que viene a respaldar el aporte (en el caso de los estudiantes) permanente que reciben y que la carga social que tiene este trabajo hace que sea sólo momentáneo, según sus palabras, pero que a la vez es duradero en el tiempo por lo fácil de generar ingresos.

Se plantea que la inseguridad laboral es más compleja en los que trabajan en el circuito de la calle, ya que se relacionan con los trabajadores sexuales transgéneras que son más celosas con sus espacios físicos para ejercer la labor. Además, existe un permanente temor sobre los ataques de los que son víctimas las transgéneras y por ende se trabaja más intranquilo.

Para los trabajadores sexuales de Internet, la inseguridad laboral consiste en los engaños de los que pueden ser víctimas cuando se realiza el contacto vía chat o mail. Además se conocen algunas experiencias de agresiones y violaciones cuando han llegado al lugar de la cita.

Para el trabajador sexual de agencia, la seguridad laboral es total, ya que mal entendidamente en este espacio de trabajo les hacen firmar un documento que les plantea que en caso de cualquier situación que les suceda se hacen responsables. Lo que no tiene claro es que el documento firmado, aparte de ser un instructivo con normas internas, no tiene validez alguna desde la legalidad, por lo tanto, esta pseudo confianza está solo en el inconsciente de este TSM por el desconocimiento que tiene de la normativa legal.



### **Juicio sobre el trabajo.**

Los trabajadores sexuales masculinos tienen conflictos muy marcados con la visión que la sociedad y sus familias tienen sobre el trabajo sexual. Esta postura es adoptada desde diferentes puntos de vistas, ya que ninguno de ellos comparte la información sobre el ejercicio de este “trabajo” con su círculo más cercano. Esto se hace, ya que el temor a exponerse al juicio negativo o al qué dirán por parte de su grupo social y familiar es el principal temor. Sin embargo, esta aprensión desaparece cuando se habla del “dinero fácil” por una hora de trabajo, combinado con el “placer” de tener una relación sexual, hace que el juicio negativo que tienen del trabajo sexual desaparezca rápidamente.

Se plantean los temores de la visibilización, pero esta visibilización está ligada fuertemente a lo que la sociedad ha construido sobre el trabajo sexual femenino y con mayor razón sobre la que ejerce los hombres. Esta “demonización” de la actividad sexual, consiste principalmente sobre los desconocimientos y prejuicios que hay sobre la sexualidad.

A la vez, nuestro país está muy influenciado por la Iglesia Católica, que es el principal opositor a trabajar en educación sexual en colegios y universidades, promoviendo juicios valóricos al sexo en toda su expresión. Estos juicios están presentes en la formación valórica de estos TSM, por ende, la mayoría de ellos tiene los juicios sobre el vender su sexo versus el dinero que hay de por medio.

## Placer

Cuando se conversa sobre el placer como herramienta del trabajo sexual masculino, aparecen muchas aprensiones con este tema. Entre los hallazgos, se plantea muy necesario para ejercer de buena manera el contacto con el cliente, ya que se realiza la siguiente ecuación:

TSM + PLACER = BUEN DESEMPEÑO, GUSTE O NO EL CLIENTE.

Este ejercicio, lo hacen los TSM analizando el mejor resultado del trabajo sexual, ya que si no existiese placer no habría una buena erección y por lo tanto la relación sexual no sería del gusto del cliente. Además, está el tema sobre el aspecto físico del cliente que en muchas ocasiones no sería del gusto de ellos, pero la mentalización que realizan para que exista placer en el coito, es un tema que se puede abordar en estudios futuros.

Además, existe un tema encubierto por los TSM, que se hace presente tácitamente en las conversaciones y tiene que ver con el goce que produce la relación sexual aunque muchos de ellos plantean que hacen este trabajo “sólo” por el dinero. Esto queda de manifiesto cuando se compara la relación sexual con el cliente masculino y sus parejas o clientas mujeres, existiendo una valorización mayor en el sexo oral realizado por los hombres.

### **Sobre Riesgos, salud y posibilidades de prevención**

Los trabajadores sexuales masculinos que tienen relaciones sexuales con otros hombres, tienen muy bien instalado el discurso preventivo sobre los cuidados del VIH/SIDA. El uso del condón, es una regla que tienen y que no es negociable en un alto porcentaje de los TSM, también plantean que el alcohol y las drogas son un instrumento de vulnerabilidad en el caso de la relación sexual.

Dentro de las posibilidades de prevención que tienen en sus relaciones sexuales, se puede decir que es muy alta, ya que en la negociación para el encuentro sexual que tiene con sus clientes se sabe, de antemano, que el uso del condón es primordial para la relación sexual.

Desde la perspectiva de la gestión del riesgo, la mayoría de los TSM asume con claridad lo que deben hacer para evitar posibles transmisiones de algunas infecciones de transmisión sexual y del VIH, tienen muy claro la forma de prevenir las enfermedades y el uso del condón está instalado como herramienta de trabajo. Pero todavía hay algunos de los TSM que validan es aspecto físico y el dinero como forma de negociar el uso del condón.

Existe una negativa impresión sobre los compañeros TSM que trabajan en esto viviendo con el VIH, creen que debería existir un retiro de parte de ellos. Esto es claramente una discriminación interna del grupo, que es validada por la mirada social que existe del tema.

Cuando se habla de Vulnerabilidad asociada al trabajo sexual, se puede plantear varias aristas de este tema, una de ellas es la estructura social y la mirada que se tiene del

trabajo y sobre todo de este grupo de personas. Podemos decir que la clandestinidad en que viven el ejercicio del trabajo sexual no permite que accedan a controles de salud integrales, ya que el miedo a la exposición de su ejercicio hace que no existe una información completa sobre el tema.

**Realización de entrevistas semi estructuradas fue la técnica de recolección de datos utilizada como proceso para caracterizar y describir a los trabajadores sexuales de las comunas de Viña del Mar y Valparaíso.**

En este proceso, se realizaron ocho entrevistas semi estructuradas en profundidad con una pauta que se anexa en este informe, de las cuales arrojaron la siguiente información que caracteriza a los trabajadores sexuales masculinos de las comunas antes mencionadas.

1. Los trabajadores sexuales masculinos que ejercen este trabajo desde la **clandestinidad de Internet, describen que el ambiente laboral en la Web es grato y generalmente chatean** entre sí.

Los TSM de calle, relatan que el **ambiente laboral** es más complejo ya que los puntos de encuentro en las dos ciudades son pocos y se encuentran en los mismos circuitos con mujeres y transgéneros. Este tema complejiza el trabajo ya que tener que lidiar con los compañeros TSM, que si bien es cierto, se llevan en lo general bien, son las trans las más conflictivas en el trabajo callejero.

El trabajador de agencia, dice que la seguridad laboral es excelente en su trabajo, ya que esta “empresa” le da toda la seguridad que él necesita y que por nada del mundo trabajaría en calle o sólo en Internet ya que eso lo atemoriza en demasía.

2. Desde la **construcción de identidad** de los trabajadores sexuales, se aprecia en los TSM bisexuales y el heterosexual, una fuerte confusión sobre el significado de las diferentes orientaciones sexuales que existen, pero al clarificarla la primera respuesta que surge de ellos es que son heterosexuales. Cuando la

conversación sigue y se habla desde el placer y de los servicios que ofrecen, cambia radicalmente la autodenominación que tienen y se definen como bisexuales ya que por el “trabajo” que realizan y por los sentimientos que experimentan los hace clarificarse con esta orientación.

El hombre heterosexual que en ningún momento claudicó sobre su orientación, plantea que el hecho que tenga un contacto sexual con otro hombre pero al cuál no le da besos y no se deja penetrar, lo hace sentir “hombre” al cien por cierto. Esta forma de autodefinition responde a la estructura social imperante en nuestro País, en dónde el hombre hegemónico prima en el pensamiento de éste TSM y no le hace, en ningún momento, cuestionar su sexualidad, aunque reconoce que hay una buena erección y que siente placer en el momento del coito.

Los hombre gay que son TSM, tiene en tema de su orientación sexual mucho más definido, ya que no tiene conflictos en reconocer el goce del acto sexual y si más encima es pagado tiene una doble valoración.

3. **En la construcción de identidad de los clientes** de los trabajadores sexuales entrevistados, se plantean varias definiciones que llevan a una misma conclusión: “la mayoría” de los clientes que acuden a este servicio son bisexuales u hombres gay mayores que se sienten solos. Esta conclusión se elabora a partir de la información que los TSM reciben a la hora del encuentro con el cliente y dónde el preámbulo o la conversación inicial del encuentro arroja mucha carga emocional y personal que traen los usuarios del comercio sexual. Con esa información es que existe la convicción que la mayoría de los usuarios son hombre con parejas mujeres y que jamás se clarificaron en su identidad sexual producto de la homofobia familiar y social que era mucho más fuerte en la época de juventud.

## **CIRCUITOS LABORALES Y LAS HERRAMIENTAS DEL TRABAJO SEXUAL EN EL TRABAJO SEXUAL MASCULINO.**

Al analizar la información y buscar los circuitos y las herramientas del trabajo en los cuales se maneja y se mueve el trabajo sexual masculino, se deben nombrar en este estudio usando criterio confidencial tres grandes grupos:

### **1.- La Calle**

### **2.- El Internet**

- Particular
- Página Web
- Agencia

### **3.- Discoteca**

#### **1.- La Calle:**

En el ambiente de la calle en que se mueven los trabajadores sexuales masculinos de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar, existen lugares marcados y reconocidos por éstos a la hora de salir a “patinar<sup>18</sup>”.

#### Valparaíso:

##### Sector 1:

La Plaza de la Victoria: este es un lugar muy ligado al comercio sexual masculino, y lo describen como un lugar netamente de trabajadores sexuales hombres ya que en este espacio no se mezclan con mujeres ni transgéneros.

---

<sup>18</sup> Sinónimo que utilizan los trabajadores sexuales para describir el caminar por una calle o sector determinado y conseguir clientela.

Los TSM que transitan en esta vía, son mayoritariamente hombres jóvenes, menores de edad<sup>19</sup>, que permaneces durante toda la noche en este sector con el motivo de encontrar clientes que llegan en autos o caminando.

#### Sector 2:

Plaza Brasil: en este sitio, convergen los mismo TSM que están en la plaza, y este lugar, por las características de clandestinidad que otorga la vegetación y la poca luminosidad les permite tener encuentros sexuales furtivos y realizar en la mayoría de las veces la “francesa<sup>20</sup>”

#### Viña del Mar

##### Sector 1

Plaza Vergara: este lugar es el más concurrido por los TSM de calle, ya que la ubicación les permite el acceso fácil y rápido a los autos que los recogen y a la vez a tener encuentro sexuales con la comunidad gay que aparece en la madrugada después de una noche de “carrete” de la única disco gay que hay en la zona y que queda a pocas cuadras de la plaza.

Los TSM que ejercen en este sector, son jóvenes entre 18 y 24 años aproximadamente y en la mayoría de los casos son recogidos por automóviles.

#### Sector 2:

---

<sup>19</sup> Si bien este estudio está orientado al trabajador sexual masculino mayor de edad, la experiencia que aparece sobre la explotación sexual de menores, es algo que los TSM de calle conocen muy bien pero que no se hacen parte ni entregan mayor información al indagar mayormente.

<sup>20</sup> Relación sexual oral



Calle Libertad, entre 1 y 4 Norte, por 1 Oriente y 1 Poniente: este sector es el más complejo del comercio sexual callejero, ya que en este espacio y dividido por cuadras convergen transgéneras y mujeres. Esto lleva a conflictos permanentes con las chicas trans, puesto que el consumo de alcohol en los tres rangos hace que las dificultades y discusiones sean un tema recurrente.

El TSM que aquí ejerce es el mismo que el del sector uno, y que varían de lugar según la cantidad de clientela que se vaya observando.

## **2.- El Internet**

Particular:

Los trabajadores sexuales que trabajan en Internet y lo hacen de forma individual, es aquel que se ejerce el comercio desde los chat Gay y páginas gratuitas de publicación de información.

Estas páginas son reconocidas por los TSM, los clientes y la comunidad gay de la región, ya que es el lugar de encuentro preferido para tener contactos sexuales entre hombres gay y conocer gente de la zona.

El chat gay, toma una rol muy importante puesto que los TSM se conectan a través de esta vía, tiene la posibilidad de describir sus servicios y colocar lo que los posibles clientes necesitan. Datos como el tamaño del pene, estatura, fogosidad, entre muchas otras, permiten que los clientes se interesen por uno u otro. Además el signo pesos (\$\$\$), colocado al lado del nombre, simboliza que la persona busca sexo por dinero. Este es un mensaje que está inserto en la comunidad que se mueve en le Chat gay.

Las páginas donde se puede publicar información gratuita y que son de reconocimiento de la comunidad gay de la región de Valparaíso, son las siguientes (al año 2012):

- [www.sitiosgay.cl](http://www.sitiosgay.cl)
- [www.xfotoblog.com](http://www.xfotoblog.com)
- [www.bakala.org](http://www.bakala.org)
- [www.lemmefind.cl](http://www.lemmefind.cl)
- [www.thecircuit.cl](http://www.thecircuit.cl)
- [www.soygay.cl](http://www.soygay.cl)
- [www.avisex.cl](http://www.avisex.cl)

Páginas Web:

En este rango hay que mencionar que existen páginas web que permiten mostrar muchas fotos, descripciones de todo tipo, valores por horas, entre otras cosas. La diferencia de estas páginas es que se debe pagar un monto mensual por aparecer en ellas, este monto varía según la página, tamaño del aviso, y puede variar desde \$ 30.000 por un aviso simple que dure 30 días o \$ 240.000, por un aviso más elaborado y que dure 60 días.

Las características de estos trabajadores sexuales, es que son más profesionales que los de calle o los de Internet, ya que la producción de las fotografías y la forma de contestar las llamadas telefónicas dejan entre ver, que la personalidad y la forma de abordar el contacto es más seductora que los otros TSM.

Ejemplos de páginas son:

- [www.sexurbano.cl](http://www.sexurbano.cl)

Agencia:

Placer dual es el nombre de esta agencia, es única en la Región y trabaja con hombre para hombres y mujeres.

Los TSM de agencia virtual, son chicos de diferentes edades que muestran sus fotografías a través del único portal Web de la región que ejerce una suerte de proxeneta de los TSM que allí desarrollan el comercio sexual.

La forma de llegada de los TSM, es a través de un contacto que realizan en la misma página Web, después de ello, son llamados para una reunión donde se les explica la forma en que deben desarrollar el trabajo. Estas explicaciones van desde la postura con el cliente, hasta la forma en cómo deben cobrar el servicio. Además de esto, firman un tipo de contrato donde se les especifica los deberes y derechos para con la agencia y el porcentaje que deben pagar por cada servicio conseguido. Este pago es de 40% del total del servicio para la agencia y el 60% para el trabajador sexual.

Este espacio virtual, clasifica a los trabajadores sexuales según las características propias del individuo, basado en la subjetividad y la opinión de quienes manejan la agencia. Estas características son:

- Silver: en este rango se encuentran los TSM menos agraciado físicamente y son a los que se les paga menos. Su valor es de \$ 20.000 la hora de servicio y generalmente son versátiles<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Los hombres versátiles son aquellos que no tienen inconvenientes en ser activos (penetradores) o pasivos (penetrados)

- Golden: En este rango están los trabajadores sexuales que a los ojos de la agencia son más agraciados físicamente y son del gusto del cliente. Además tiene más claro el rol que asumen en la relación sexual y es de activo. Su valor es de \$30.000 por hora de servicio.
- Platinum: Según el planteamiento de agencia, que se visualiza en la página Web, estos chicos son los más atractivos y con mejor físico de la agencia y su valor es de \$ 40.000 hacía arriba.

La página Web de la agencia es [www.placerdual.com](http://www.placerdual.com) (esta página no existe en la actualidad)

### **3.- Discoteca:**

En el espacio de divertimento homosexual de la región de Valparaíso, existen algunas discotecas y bares que son frecuentados por la comunidad y que son de clara tendencia gay. En estos espacios también existe el comercio sexual de los TSM que se definen como gay.

## **PROPUESTA DE INTERVENCIÓN PREVENTIVA PARA HOMBRES QUE EJERCEN EL COMERCIO SEXUAL MASCULINO.**

Dentro de los aspectos del trabajo preventivo que arrojó la investigación se plantearon diversas áreas y estrategias para abordar alguna campaña focalizada hacia los trabajadores sexuales de la Región:

1.- Sobre el uso correcto y sostenido del condón masculino, hay un planteamiento y postura en todos los entrevistados, y ésta es que usan el condón en todas sus relaciones sexuales que están ligadas con el trabajo sexual. Sólo uno de ellos, el entrevistado número 6, plantea que si el cliente es “lindo y limpio” no le importa el uso del condón, pero todos los demás tienen inserto el uso correcto del preservativo como forma de autocuidado.

A la vez, la mayoría es tajante al plantear que no negocian el condón por más dinero que ofrezca el cliente.

Por otra parte, los TSM bisexuales y el heterosexual, plantean que con sus parejas mujeres no usan condón, ya que no quieren “conflictos” en la relación, que claramente surgirían si de un día a otro comienzan con esta práctica sin tener alguna conversación previa. Por ello, se propone promocionar con los organismos gubernamentales y no gubernamentales, programas de sexo seguro, mejoras a la educación sexual de la comunidad y la entrega oportuna de preservativos (condón masculino) En este sentido es necesario generar, en conjunto con la sociedad civil, campañas para concientizar y prevenir las ITS, las cuales se manejen dentro de un contexto “igualitario” para no aumentar los estigmas de los HSH.

2.- Se comentan que las campañas nacionales no son efectivas y que se sienten lejanos a los mensajes que allí se entregan. Por ello, ven positivamente que se realicen estudios de este tipo para que entreguen lineamientos claros sobre campañas focalizadas hacia el trabajo sexual de Internet. Por lo tanto, es necesaria la promoción de investigaciones que puedan dar un diagnóstico certero respecto al trabajo sexual masculino, a partir de las cuales se pueden generar líneas de base para medir la efectividad de las políticas públicas aplicadas en dicho ámbito.

3.- La mayoría de los entrevistados, no consume alcohol y droga en la relación sexual pagada (en forma individual y en otras instancias si se hace), y es en el espacio del trabajo sexual de calle en donde la presencia de estos elementos aparecen como “herramientas” en el trabajo. En este sentido, se propone a nivel regional aumentar el apoyo a organizaciones no gubernamentales que trabajan con la población a fin de estimular los programas de prevención y consumo responsable de alcohol y drogas ilícitas.

4.- También se señala, que es complejo acudir a los servicios de salud públicos a buscar información desde el trabajo sexual ya que existe un temor a la discriminación y a la crítica de los trabajadores de esos espacios. Por tanto, se pretende generar un Protocolo de Atención Inclusivo en el sistema público de salud que cumpla con los criterios apropiados para un trato digno, libre de prejuicios, estigma y discriminación el cual sea posible implementarlo a todo el equipo que brinda atención primaria a nivel regional.

5.- Ven complejo el tema de relacionarse u organizarse de alguna forma, ya que al ejercer el trabajo sexual desde la clandestinidad les complejiza la visibilidad que ello necesita. Ante esto, se sugiere incluir a la sociedad civil con estrategias de intervención

focalizadas con criterios de confidencialidad que asegure la privacidad de la población que ejerce el comercio sexual masculino.

6.- La campaña comunicacional que se visualiza más pertinente para este grupo de trabajo es a través de Internet, la cual debe contener fotos y mensajes con información fuerte (referidas a fotos, mensajes crudos y agresivos). Deben estar ubicadas en las páginas Web, los Chat Gays, y en las discotecas. En esta última, con folletería orientada al trabajo sexual. Por tanto, se recomienda generar como estrategia una política comunicacional gubernamental que incluya el trabajo preventivo de las organizaciones sociales que trabajan la temática ya que son éstas las que pueden dar referencias más concretas y particulares de las necesidades de la población estudiada.

## CONCLUSIONES

A continuación se presentarán los resultados finales del estudio de trabajadores sexuales masculinos que atienden a hombres de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar.

De los trabajadores sexuales masculinos entrevistados en este estudio, podemos describir la caracterización socioeconómica de la siguiente forma:

Todos los entrevistados tuvieron acceso a la educación formal, siendo la educación media completa el piso mínimo de los entrevistados. A la vez, siendo un número importante de la muestra (cinco) los que han tenido acceso a la educación superior tanto universitaria como técnica.

Más del cincuenta por ciento de los entrevistados, tiene un trabajo formal remunerado donde el promedio de sueldo bordea los \$ 350.000, uno de los entrevistados está cesante y el resto de la muestra tiene estudios formales en la educación superior y la educación técnica profesional.

Los Trabajadores sexuales masculinos entrevistados en este estudio y que se denominan bisexuales, que son cuatro, son padres de familia sostenedores de ésta y mantienen una relación estable con su pareja, que es mujer. El resto de los TSM que se autodefinen como gay, están sin pareja estable.



Todos y sin excepción, tienen acceso desde el trabajo, casa, o ciber café cercano a Internet, siendo este el instrumento más utilizado para el trabajos sexual que desarrollan.

Gráficamente es posible establecer lo siguiente, a modo de referencia para la propuesta de intervención

Variables	Educación. Formal			Trabajo Formal	
	Básica	Media	Superior	remunerado	Cesante
	0	3	5	7	1
<b>Total</b>	<b>8</b>			<b>8</b>	
Variables	Orientación Sexual			Acceso a Redes Sociales	
	Heterosexual	Bisexual	Homosexual		
<b>Total</b>	0	4	4	<b>8</b>	

## BIBLIOGRAFIA

- Bucarey, G., Delgado, I. (2.000). *Coming Out en Hombres Homosexuales en Santiago: "Existir entre lo Público y lo Privado"* (Tesis para optar al grado de licenciado/a en Psicología, Universidad de Santiago de Chile).
- Canales Cerón, Manuel (2006). *Metodologías de investigación social*. Santiago de Chile: LOM ediciones.
- Careaga, G. y Cruz, S. (2004) *Sexualidades diversas: aproximaciones para su análisis*. Ed. Programa universitario de Estudios de Género, Universidad Nacional Autónoma de México.
- CONACE (2006) *Séptimo Estudio de Drogas en la Población General de Chile. Informe de principales resultados*. Documento extraído el 20 de abril de 2008 desde:
  - [http://www.bibliodrogas.cl/bibliodrogas/index.php?option=com\\_content&task=view&id=100&Itemid=1](http://www.bibliodrogas.cl/bibliodrogas/index.php?option=com_content&task=view&id=100&Itemid=1)
- MINSAL Y UNESCO (2012) Proyecto *"Hacia la Reducción del Estigma y la Discriminación hacia Hombres Homosexuales y otros HSH, y Mujeres Transgéneros en Chile"*
- CONACE (2008) Apuntes de trabajo. Jornada de Capacitación al equipo de ACCIONGAY responsable del proyecto: *"Intervención para la prevención del consumo de alcohol y drogas en hombres gays y mujeres transgénero de las comunas de San Felipe, Viña del Mar y Valparaíso"*.
- Comisión Nacional del SIDA, CONASIDA, Ministerio de Salud (2005). *Políticas y estrategias de Prevención*. Consultado el 12/01/08 en <http://www.redsalud.gov.cl/archivos/vih/ESTRATEGIAPREVENCION.pdf>.
- Corporación Chilena de Prevención del SIDA (2001). *Homofobia, Ciudadanía y Prevención del VIH/SIDA*. Santiago, Chile: Corpo Ediciones.
- Gobierno de Chile - Ministerio de Salud - CONASIDA (2000). *Estudio Nacional de Comportamiento Sexual*. Extraído el 12 de noviembre de 2007 desde: <http://www.conasida.cl/docs/documentos/comport/comport.pdf>.

- Grajales Guerra, Tevni (1996). *La investigación social cuantitativa, Presentación parcial del libro "Conceptos Básicos para la Investigación Social"*. Nuevo León, México: Publicaciones Universidad de Montemorelos.
- Hernández, P. (2004) *Los estudios sobre diversidad sexual en el PUEG*. En Sexualidades diversas, aproximaciones para su análisis. Careaga, G. y Cruz, S. Ed. Programa Universitario de Estudios de Género, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Identidad sexual y performatividad. *Atenea Digital*, 4, 87-96. Referencia. Disponible en <http://antalya.uab.es/athenea/num4/cordoba.pdf>
- ONUSIDA (2000) *El género y el VIH/SIDA*. Actualización técnica. Colección prácticas óptimas del ONUSIDA. Disponible en [www.onusida.org](http://www.onusida.org)
- Registro de Voluntarios del programa "intervención en sitios de sexo públicos" (2006). Sistematización de las experiencias del trabajo de "intervención en sitios de sexo públicos". Consultado en agosto, 05 de 2008 en centro de documentación ACCIONGAY.
- SEREMI de Salud Región de Valparaíso (2006) *Evaluación del VIH/SIDA, V Región de Valparaíso*. Documento de trabajo.
- Silva Segovia, Jimena (2008). *Tacones Cercanos*. Antofagasta, Chile.
- Toro – Alfonso, J. (2002) *Vulnerabilidad de hombres gays y hombres que tienen sexo con hombres (HSH) frente a la epidemia del VIH/SIDA en América Latina: La otra historia de la masculinidad*. En *SIDA y sexo entre hombres en América Latina: Vulnerabilidades, fortalezas y propuestas para la acción*. Cáceres, C., Pecheny, M. y Terto, V. (Eds). Universidad Peruana Cayetano Heredia, Lima.
- [www.fuden.es](http://www.fuden.es) (2007). EL MUESTREO EN LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA. Consultado en 16 de enero de 2009 en [www.fuden.es/FICHEROS\\_ADMINISTRADOR/F\\_METODOLOGICA/FMetodologica\\_a\\_27.pdf](http://www.fuden.es/FICHEROS_ADMINISTRADOR/F_METODOLOGICA/FMetodologica_a_27.pdf) - .

# ANEXOS

**Anexo 1:**

**CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
<b>1. Levantamiento inicial de información</b>																
-Construcción técnicas de recolección de datos (entrevistas semiestructuradas)	■	■														
-Entrevistas semiestructuradas con informantes claves			■	■	■	■										
<b>2.- Caracterización de los sujetos de intervención</b>																
- Transcripción y análisis de entrevistas					■	■	■	■								
-Construcción de la caracterización de Hombres que ejercen comercio sexual									■	■						

<p><b>-Construcción de propuesta de intervención preventiva</b></p>																				
<p><b>4. Elaboración Informe Final</b></p>																				

**Anexo 2:**

**Consentimiento Informado**

Yo, \_\_\_\_\_ Rut, \_\_\_\_\_

**Acepto participar voluntariamente en la entrevista que forma parte del estudio  
“Hombres que ejercen comercio sexual, de nivel socio económico bajo-medio, con  
consumo eventual de alcohol y drogas de las comunas de Valparaíso y Viña del Mar”.**

He sido informado de la confidencialidad y reserva que se mantendrá respecto de mis  
datos.

Autorizo, además, la grabación en cinta de audio de la entrevista, la cual sólo podrá ser  
usada con fines académicos por las encargados de la investigación.

Autorizo la publicación de la información resultante de la investigación.

Deseo analizar los resultados en conjunto con los investigadores una vez finalizado en  
proceso de recolección y producción de información:

SI: \_\_\_\_\_ NO: \_\_\_\_\_

, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ 2009

\_\_\_\_\_  
**Firma entrevistado/a**

\_\_\_\_\_  
**Firma entrevistador/a**