

**EL CUERPO EN LAS TRANSFERENCIAS SEXUALES EN LA CIUDAD DE  
SANTIAGO DE CALI**

**ANDREA ELIANETH CULCHAC PATIÑO  
GISSEL ANDREA GUZMÁN ESCARRIA**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA  
SANTIAGO DE CALI  
2019**

**EL CUERPO EN LAS TRANSFERENCIAS SEXUALES EN LA CIUDAD DE  
SANTIAGO DE CALI**

**ANDREA ELIANETH CULCHAC PATIÑO  
GISSEL ANDREA GUZMÁN ESCARRIA**

**Trabajo de Grado para optar al título de Geógrafa**

**Director**

**DANIEL ELÍAS CUARTAS ARROYAVE**

**Geógrafo y Doctor en Ciencias Ambientales, Docente Auxiliar de la Escuela de Salud  
Pública, Universidad del Valle**

**UNIVERSIDAD DEL VALLE  
FACULTAD DE HUMANIDADES  
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFÍA  
SANTIAGO DE CALI**

**2019**

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma de jurado**

**Santiago de Cali, 17 de enero de 2019**

## **AGRADECIMIENTOS**

Doy gracias a Dios por darme la fortaleza para terminar este proyecto y realizarme como profesional.

A mi padre y a mi madre, por el apoyo incondicional y las palabras de aliento que a diario recibí de ellos antes y durante la realización del proyecto.

A mis hermanos, Iván y Érica, gracias por escucharme y apoyarme durante este proceso.

A mi sobrino Sebastián, por ser una de las motivaciones para culminar satisfactoriamente esta etapa.

A mi amiga, mi confidente, mi compañera, Gissel Andrea Guzmán Escarria, que, con su paciencia, dedicación, comprensión y compromiso, además por el amor y el entusiasmo puesto en cada palabra de este trabajo.

A Yamid Camilo Estrada Noguera, gracias por tomarse el tiempo de leer, por sus aportes, por su apoyo, amor incondicional, por escucharme, soportarme en los momentos de estrés y depresión durante la construcción y feliz culminación de este trabajo.

A todas las dueñas de los establecimientos, las cuales nos abrieron las puertas para el trabajo de campo, base del trabajo de grado.

A el Doctor Daniel Elías Cuartas, director de este trabajo, por brindarnos su tiempo, paciencia y recomendaciones para continuar y poder desarrollar el trabajo de grado a cabalidad, siempre logró desenredarnos con su profesionalismo, mostrándonos el camino para enriquecernos académicamente y lograr culminar el trabajo de grado.

A todos los profesores de la Universidad del Valle que hicieron aportes para la construcción y culminación de este trabajo.

Gracias a todos lo que nos dieron sus aportes y apreciaciones.

**Andrea Elianeth Culchac Patiño**

## **AGRADECIMIENTOS**

Doy gracias a Dios por permitir terminar el proyecto, por darme las fuerzas y valentía para seguir en este camino de profesión.

Me doy gracias por tener la paciencia, coraje y firmeza suficiente para culminar esta etapa profesional.

A mi padre y madre, gracias por brindarme palabras de aliento, apoyo y amor.

A mi gran amiga Andrea Elianeth Culchac Patiño, que, con su risa, dedicación y paciencia logramos culminar este trabajo de grado.

A Gian Luigi Valencia Muñoz, por la colaboración y tiempo dedicado para leer, sus aportes, la motivación y la gran paciencia que tuvo para escuchar todas mis quejas.

A todas las dueñas de los establecimientos, las cuales nos abrieron las puertas para el trabajo de campo, base del trabajo de grado.

A el Doctor Daniel Elías Cuartas, director de este trabajo, por brindarnos su tiempo, paciencia y recomendaciones para continuar y poder desarrollar el trabajo de grado a cabalidad, siempre logró desenredarnos con su profesionalismo, mostrándonos el camino para enriquecernos académicamente y lograr culminar el trabajo de grado.

Gracias a todos los que nos apoyaron directa e indirectamente en la culminación de este trabajo.

**Gissel Andrea Guzmán Escarria**

## CONTENIDO

Pág.

|                                                                                                                                                    |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN.....</b>                                                                                                                        | <b>1</b>  |
| <b>2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....</b>                                                                                                            | <b>2</b>  |
| <b>3. JUSTIFICACIÓN.....</b>                                                                                                                       | <b>6</b>  |
| <b>4. OBJETIVOS .....</b>                                                                                                                          | <b>7</b>  |
| 4.1. Objetivo general.....                                                                                                                         | 7         |
| 4.2. Objetivos específicos.....                                                                                                                    | 7         |
| <b>5. LA CIUDAD ERÓTICA.....</b>                                                                                                                   | <b>8</b>  |
| <b>6. ZONA DE ESTUDIO .....</b>                                                                                                                    | <b>13</b> |
| <b>7. IDENTIFICAR LA DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LOS LUGARES DONDE SE REALIZAN LAS TRANSFERENCIAS SEXUALES EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI .....</b> | <b>15</b> |
| 7.1. Distribución espacial de los lugares de transferencia sexual .....                                                                            | 15        |
| 7.2. Metodología.....                                                                                                                              | 16        |
| 7.2.1. Obtención de datos.....                                                                                                                     | 16        |
| 7.2.2. Manejo de datos.....                                                                                                                        | 17        |
| 7.2.2.1. Clasificación de los datos.....                                                                                                           | 17        |
| 7.2.3. Análisis espacial .....                                                                                                                     | 17        |
| 7.2.4. Densidad de Kernel.....                                                                                                                     | 18        |
| 7.2.5. Autocorrelación espacial de Moran .....                                                                                                     | 19        |
| 7.2.6. Índice de cercanía .....                                                                                                                    | 20        |
| 7.3. Resultados: identificar la distribución espacial de los lugares de transferencia sexual .....                                                 | 21        |
| 7.4. Localización de las transferencias sexuales .....                                                                                             | 21        |
| 7.5. Análisis de densidad de kernel .....                                                                                                          | 23        |
| 7.5.1. Densidad de Kernel de la categoría Bar.....                                                                                                 | 24        |
| 7.5.2. Densidad de Kernel de la categoría Reservado.....                                                                                           | 25        |
| 7.6. Análisis de autocorrelación espacial de Moran.....                                                                                            | 26        |
| 7.6.1. Análisis de autocorrelación espacial en las categorías Bar y Reservado .....                                                                | 27        |

|                                                                                                                                                            |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>7.7. Análisis de cercanías.....</b>                                                                                                                     | <b>28</b> |
| 7.7.1. Análisis de cercanías con moteles.....                                                                                                              | 29        |
| <b>8. CARACTERIZAR EL CONTEXTO TERRITORIAL DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI .....</b>                               | <b>30</b> |
| <b>8.1. Caracterización del contexto territorial de los lugares de transferencia sexual.....</b>                                                           | <b>30</b> |
| <b>8.2. Metodología.....</b>                                                                                                                               | <b>31</b> |
| 8.2.1. Obtención de datos.....                                                                                                                             | 31        |
| 8.2.2. Manejo de datos.....                                                                                                                                | 31        |
| 8.2.3. Instrumento de observación en los lugares de transferencia sexual .....                                                                             | 33        |
| <b>8.3. Datos cualitativos.....</b>                                                                                                                        | <b>33</b> |
| <b>8.4. Datos cuantitativos .....</b>                                                                                                                      | <b>33</b> |
| 8.4.1. Observación como método de investigación.....                                                                                                       | 34        |
| 8.4.2. Observación cuantitativa y cualitativa .....                                                                                                        | 34        |
| 8.4.3. Técnica de observación a través de Street View .....                                                                                                | 34        |
| 8.4.4. Definición de las variables utilizadas.....                                                                                                         | 35        |
| 8.4.4.1. Usos del suelo.....                                                                                                                               | 35        |
| 8.4.4.2. Accesibilidad.....                                                                                                                                | 36        |
| 8.4.4.3. Entorno .....                                                                                                                                     | 37        |
| 8.4.4.4. Paisaje.....                                                                                                                                      | 38        |
| 8.4.4.5. Imagen publica .....                                                                                                                              | 38        |
| <b>8.5. Resultados: Caracterizar el contexto territorial de los lugares de transferencia sexual .....</b>                                                  | <b>39</b> |
| 8.5.1. Usos del suelo .....                                                                                                                                | 39        |
| 8.5.2. Usos del suelo urbano para la muestra.....                                                                                                          | 47        |
| 8.5.3. Accesibilidad .....                                                                                                                                 | 49        |
| 8.5.4. Vías.....                                                                                                                                           | 49        |
| 8.5.5. Parqueo .....                                                                                                                                       | 50        |
| 8.5.6. Entorno .....                                                                                                                                       | 51        |
| 8.5.7. Paisaje.....                                                                                                                                        | 52        |
| 8.5.8. Imagen publica.....                                                                                                                                 | 55        |
| <b>9. IDENTIFICAR LAS PERCEPCIONES QUE TIENEN LOS INVOLUCRADOS ACERCA DEL CUERPO EN LAS TRANSFERENCIAS SEXUALES EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI .....</b> | <b>56</b> |

|             |                                                                                                                                    |           |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>9.1.</b> | <b>El cuerpo como territorio.....</b>                                                                                              | <b>56</b> |
| <b>9.2.</b> | <b>Metodología.....</b>                                                                                                            | <b>60</b> |
| 9.2.1.      | Obtención de datos.....                                                                                                            | 60        |
| 9.2.2.      | Manejo de datos.....                                                                                                               | 61        |
| 9.2.3.      | Instancias imaginarias.....                                                                                                        | 61        |
| 9.2.4.      | Instancia tecnológica.....                                                                                                         | 63        |
| 9.2.4.1.    | Estética .....                                                                                                                     | 64        |
| 9.2.4.2.    | Ética .....                                                                                                                        | 64        |
| 9.2.5.      | Instancia social.....                                                                                                              | 65        |
| 9.2.5.1.    | Percepción corporal.....                                                                                                           | 65        |
| 9.2.5.2.    | Percepción del espacio .....                                                                                                       | 66        |
| <b>9.3.</b> | <b>Resultados: identificar las percepciones que tienen los involucrados acerca del cuerpo en las transferencias sexuales .....</b> | <b>66</b> |
| 9.3.1.      | Instancia tecnológica: estética.....                                                                                               | 66        |
| 9.3.1.1.    | Hábitos saludables .....                                                                                                           | 66        |
| 9.3.1.2.    | Autopercepción corporal.....                                                                                                       | 68        |
| 9.3.2.      | Ideales corporales .....                                                                                                           | 69        |
| 9.3.3.      | Instancia tecnológica: Ética .....                                                                                                 | 70        |
| 9.3.3.1.    | Técnica de relacionamiento corporal .....                                                                                          | 70        |
| 9.3.4.      | Encuestados .....                                                                                                                  | 72        |
| 9.3.4.1.    | Consumidores.....                                                                                                                  | 72        |
| 9.3.4.2.    | No consumidores .....                                                                                                              | 72        |
| 9.3.5.      | Instancia Social: Percepción corporal.....                                                                                         | 73        |
| 9.3.6.      | Instancia Social: Percepción del espacio .....                                                                                     | 78        |
| <b>10.</b>  | <b>DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN .....</b>                                                                                                | <b>82</b> |
| <b>11.</b>  | <b>REFERENCIAS .....</b>                                                                                                           | <b>88</b> |
| <b>12.</b>  | <b>ANEXOS.....</b>                                                                                                                 | <b>93</b> |

## LISTA DE FIGURAS

|                                                                    | Pág. |
|--------------------------------------------------------------------|------|
| <i>Figura 1: Tipos de autocorrelación espacial</i> _____           | 20   |
| <i>Figura 2: Distancia euclidiana verdadera</i> _____              | 20   |
| <i>Figura 3: Población finita</i> _____                            | 32   |
| <i>Figura 4: Lugar como eje articulador de las variables</i> _____ | 33   |
| <i>Figura 5: Técnica de observación 1</i> _____                    | 35   |
| <i>Figura 6: Técnica de observación 2</i> _____                    | 35   |
| <i>Figura 7: Instancias imaginarias</i> _____                      | 62   |
| <i>Figura 8: instancia tecnológica y social</i> _____              | 63   |
| <i>Figura 9: Instancia tecnológica</i> _____                       | 64   |
| <i>Figura 10: Instancia social</i> _____                           | 66   |

## LISTAS DE TABLAS

Pág

|                                                                                                                           |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <i>Tabla 1: Corregimientos de Santiago de Cali</i> .....                                                                  | 14 |
| <i>Tabla 2: Peso porcentual de las transferencial sexuales</i> .....                                                      | 32 |
| <i>Tabla 3: Indicadores por variables establecidas</i> .....                                                              | 33 |
| <i>Tabla 4: Número de lugares de transferencia sexual por uso centro 1</i> .....                                          | 40 |
| <i>Tabla 5: Número de lugares de transferencia sexual por uso zona norte</i> .....                                        | 41 |
| <i>Tabla 6: Número de lugares de transferencia sexual por uso zona oriente 1</i> .....                                    | 42 |
| <i>Tabla 7: número de lugares de transferencia sexual por uso zona sur</i> .....                                          | 43 |
| <i>Tabla 8: Número de lugares de transferencia sexual por uso zona centro 2</i> .....                                     | 44 |
| <i>Tabla 9: Número de lugares de transferencia sexual por uso zona oeste</i> .....                                        | 45 |
| <i>Tabla 10: NÚMERO de lugares de transferencia sexual por uso zona oriente 2</i> .....                                   | 46 |
| <i>Tabla 11: Número total de lugares de transferencia sexual por uso del suelo</i> .....                                  | 47 |
| <i>Taba 12: transferencias sexuales en áreas de actividad según su uso del suelo en Santiago de Cali</i> .....            | 48 |
| <i>Tabla 13: presencia de los lugares de transferencia sexual sobre las vías de Santiago de Cali</i> .....                | 49 |
| <i>Tabla 14: acceso a parqueo de los lugares de transferencia sexual</i> .....                                            | 50 |
| <i>Tabla 15: ponderación porcentual por actividad económica alrededor de los lugares de transferencia sexual</i><br>..... | 52 |
| <i>Tabla 16: características corporales más deseadas de los consumidores</i> .....                                        | 75 |
| <i>Tabla 17: características corporales más deseadas de los no consumidores</i> .....                                     | 76 |
| <i>Tabla 18: Maquillaje ideal de la trabajadora sexual</i> .....                                                          | 77 |
| <i>Tabla 19: Percepción del consumidor al entrar al establecimiento de transferencia sexual</i> .....                     | 80 |
| <i>Tabla 20: Motivaciones para escoger el lugar de transferencia sexual</i> .....                                         | 81 |

## LISTA DE MAPAS

|                                                                                                                                                             | Pág. |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <i>Mapa 1: Localización de Santiago de Cali a escala nacional, departamental y municipal</i> _____                                                          | 14   |
| <i>Mapa 2: Lugares de transferencia sexual</i> _____                                                                                                        | 22   |
| <i>Mapa 3: Categorías de transferencias sexuales</i> _____                                                                                                  | 23   |
| <i>Mapa 4: Análisis de densidad de Kernel de los lugares de transferencias sexuales entre los radios de 500, 1.000, 1.500, 2.000, 2.500 y 3.000 m</i> _____ | 24   |
| <i>Mapa 5: Análisis de densidad de Kernel de las categorías bar y reservado de transferencias sexuales con un radio de 1.500 m</i> _____                    | 25   |
| <i>Mapa 6: Análisis de cercanías de lugares de transferencias sexuales a vías principales</i> _____                                                         | 28   |
| <i>Mapa 7: Análisis de cercanías de lugares de transferencias sexuales a moteles</i> _____                                                                  | 29   |
| <i>Mapa 12: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona centro 1</i> _____                                               | 40   |
| <i>Mapa 13: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona norte</i> _____                                                  | 41   |
| <i>Mapa 14: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona oriente 1</i> _____                                              | 42   |
| <i>Mapa 15: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona sur</i> _____                                                    | 43   |
| <i>Mapa 16: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona centro 2</i> _____                                               | 44   |
| <i>Mapa 17: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona oeste</i> _____                                                  | 45   |

## LISTA DE GRÁFICAS

|                                                                                                               | Pág.      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <i>Gráfica 1: Análisis de autocorrelación de Moran en las transferencias sexuales .....</i>                   | <i>26</i> |
| <i>Gráfica 2: Análisis de autocorrelación de Moran en las categorías de Bar y Reservado .....</i>             | <i>27</i> |
| <i>gráfica 3: estado civil de los consumidores.....</i>                                                       | <i>72</i> |
| <i>Gráfica 4: Estado civil de los no consumidores.....</i>                                                    | <i>73</i> |
| <i>Gráfica 5: Ideal de mujer llamativa .....</i>                                                              | <i>74</i> |
| <i>Gráfica 6: Frecuencia de visita a un establecimiento de transferencia sexual en los consumidores .....</i> | <i>79</i> |

## LISTA DE ILUSTRACIONES

|                                                                  | Pág. |
|------------------------------------------------------------------|------|
| <i>Ilustración 1: Establecimiento 18 de transferencia sexual</i> | 53   |
| <i>Ilustración 2: Establecimiento 4 de transferencia sexual</i>  | 54   |
| <i>Ilustración 3: Establecimiento 11 de transferencia sexual</i> | 54   |
| <i>Ilustración 4: Establecimiento 14 de transferencia sexual</i> | 55   |

## LISTA DE ANEXOS

|                                                                                                                  | Pág. |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| <i>Anexo 1: descripción del paisaje a partir de los indicadores en los lugares de transferencia sexual</i> _____ | 93   |
| <i>Anexo 2: Imagen pública a partir del indicador de saneamiento en los lugares de transferencia sexual</i> ____ | 97   |
| <i>Anexo 3: Encuesta</i> _____                                                                                   | 100  |
| <i>Anexo 4: Entrevista a la trabajadora sexual</i> _____                                                         | 101  |

## **1. INTRODUCCIÓN**

En la ciudad de Santiago de Cali, por lo general la venta del cuerpo de la mujer ha tenido lugar en varios espacios, que se han creado para el disfrute de la población, en su mayoría masculina, pero en los últimos años estos lugares de transferencia sexual han tenido un mayor incremento en la ciudad, cambiando la configuración espacial de la misma, es decir con el paso de los años los establecimientos de transferencia sexual han aumentado de tal manera que ha generado un cambio en la percepción que tienen los ciudadanos, en este caso de los caleños, hasta tal punto que ha cambiado la forma de pensarse la ciudad. Además, en la actualidad se ha cambiado la idea del sexo, ya no es un tabú hablar del mismo, se ha incursionado en nuevas prácticas que generen placeres sexuales y que son ejercidos por distintos actores de las sociedades, pero, aun con las nuevas prácticas sexuales se sigue estigmatizando la prostitución como algo que lo realizan mujeres sin pudor, siguen habiendo juicios, más que todo de carácter moral, hacia las mujeres que venden su cuerpo, aunque este trabajo ya sea reconocido como cualquier otro.

De la misma manera con el paso de los años también ha habido una configuración de los cuerpos que se venden, pues estos han tenido que modificarse, moldearse y adecuarse, para resultar más atractivos en el mercado sexual, teniendo que cumplir con unos cánones de belleza, estereotipos que la misma sociedad ha idealizado y ha implementado, además han tenido que adquirir ciertas prácticas de seducción, implementando desde un lenguaje no verbal, que haga que el consumidor del cuerpo se sienta atraído y excitado por movimientos, miradas o sonrisas que tenga la trabajadora sexual hacia él. Es así, como estas prácticas configuran el espacio en el cual se desarrolla el proceso de seducción y se consuma el acto sexual, es decir los establecimientos en donde se mercantiliza el cuerpo.

Por otra parte, la percepción que tienen los involucrados varía de acuerdo al espacio que configuran, no es igual la percepción de las trabajadoras sexuales que están en el lugar casi a diario y que en su labor de seducir al hombre, adecuan el espacio para ser observadas, que la percepción que tiene el consumidor que visita el lugar esporádicamente, y es quien compra el cuerpo, y entra en el juego del erotismo y la seducción.

## 2. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Las mujeres que se dedican a la prostitución exponen su cuerpo a la modificación para la venta en la búsqueda de dinero, todo esto concebido en la ciudad que es reconstruida por las diferentes parametros de belleza que lo incorporan al mercado capitalista. Sin embargo, aunque es una práctica milenaria es mal vista; la concepción de los individuos hacia los prostíbulos es de forma lejana, excluida y discriminada, aunque se desarrollen en lugares públicos y privados (escondidos). En palabras de Foucault<sup>1</sup> esto corresponde con las principales características del espacio heterotópico, la combinación del espacio privado y el espacio público genera “otro lugar” en el que existe cierta clase de tolerancia a las manifestaciones de la sexualidad masculina “descarriada” expresada en la compra del cuerpo femenino. Estos “otros lugares” le han dado una nueva interpretación a la imagen de la ciudad, pues “si una ciudad es, de por sí, la epifanía de la condición moderna y la expresión localizada de las leyes de mercado, las putas activan, con su ir y venir llegado el caso, o bien con su ostensible espera, tanto una cosa como la otra”<sup>2</sup> referidas en un solo lugar.

Los establecimientos donde se desarrollan las *transferencias sexuales* de la ciudad se vuelven cómplices de la necesidad del hombre por querer apropiarse del cuerpo de una mujer, actos que transforman un lugar espacialmente o la imagen pública de este, como también, cada uno de los imaginarios de las personas, puesto que “a través de la acción sobre el entorno, las personas, los grupos y las colectividades transforman el espacio, dejando en él su “huella”, es decir, señales y marcas cargadas simbólicamente. Mediante la acción, la persona incorpora el entorno en sus procesos cognitivos y afectivos de manera activa y actualizada. Las acciones dotan al espacio de significado individual y social, a través de los procesos de interacción”<sup>3</sup>.

En este sentido, el espacio es importante para las interacciones sociales como también los cuerpos que se relacionan dentro de él; como lo dice Pírez<sup>4</sup> “en las ciudades la sociedad, sus individuos y grupos, desarrolla una obra cuyo sentido, si bien se basa en las construcciones estructurales, no parece estar predeterminado, parece más bien depender de cómo jueguen sus

---

<sup>1</sup> FOUCAULT, Michel & DEFERT, Daniel. El cuerpo utópico: las heterotopías. Nueva visión. 2010. p. 73.

<sup>2</sup> KOHAN, Martín. De putas. En: Mora: Buenos Aires, 2009. vol 15, no 2, p. 159.

<sup>3</sup> VIDAL I MORANTA, Tomeu & POL, Enric. La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. En: Anuario de Psicología, 2005. vol. 36, no 3; p. 283.

<sup>4</sup> PÍREZ, Pedro. Actores sociales y gestión de la ciudad. En: Ciudades. Octubre-diciembre, 1995. vol. 28, p. 1.

papeles los actores”. Es decir, si bien el establecimiento como la estructura física posee unas determinadas características, son los actores quienes en sí configuran el contexto territorial, otorgándole un significado o juicio de valor. Debemos agregar que, al no tener ningún tipo de restricción en la distribución de estos lugares de *transferencia sexual* son o pueden ser concebidos en suelos netamente residenciales y al ubicarse en diferentes zonas “cambia todo: cambia el régimen entero de la articulación de lo privado y lo público, o de lo privado en lo público, y cambia el sentido de la distribución de los lugares y las prácticas en el espacio de una ciudad”<sup>5</sup>. Estos espacios se dividen en lugares, cada lugar diferente al otro, en donde las personas de acuerdo a su experiencia cargan de gran valor sentimental, lo construyen y lo modifican para satisfacer sus necesidades; en otras palabras, como lo define Aguilar<sup>6</sup>, el lugar es un “área, territorio o subconjunto del espacio geográfico, en donde las sociedades construyen su hábitat y materializan su cultura”.

La ciudad de Santiago de Cali, es un lugar integrador de subconjuntos de lugares públicos y privados; la investigación se concentra en el subconjunto de lugares de *transferencia sexual* desplegados en la ciudad, estos lugares clasificados como diferentes, mixtos, imaginarios, de encuentros fugaces y de experiencias “incorrectas”, en vista de que, como se dijo anteriormente son mal vistos, estigmatizados y discriminados, sumergiéndose “en un proceso de "mercantilización del deseo", y su construcción como categoría económica es producto de la "mercantilización de la identidad"”<sup>7</sup>. En consecuencia, se expropia al sujeto en el momento de pactar los acuerdos correspondientes a la compra del cuerpo, pues no es un proceso de categorización sexual sino todo un concepto económico alrededor del cuerpo de la mujer, ella deja toda identidad que la reconoce como individuo pensante y se convierte en un objeto de consumo.

No obstante, estas dinámicas que se presentan en la ciudad de forma legal (hábalese de prostíbulos con toda su estricta normativa) e ilegal (se trata de individuos que se localizan en determinada calle o casas sin normas legales y sanitarias), da pie a la configuración de espacios específicos de encuentro, sin embargo no se halla una planificación adecuada en la localización

---

<sup>5</sup> KOHAN. Op. Cit., p. 159.

<sup>6</sup> AGUILAR, Hildegardo Córdova. Los lugares y no lugares en geografía. En: Espacio y Desarrollo, 2008. no 20, p. 5-17.

<sup>7</sup> HODGE, Derrick. Colonization of Cuban Body. The Growth of Male Sex Work in Havana. En: NACLA, Report of the Americas, 2001. vol.34, no.5; p. 27.

de los prostíbulos, de hecho, se encuentra el Decreto 4002 de 2004 sobre los **Servicios de alto impacto referidos a la prostitución y actividades afines** por el cual se reglamentan los artículos 15 y 28 de la Ley 388 de 1997, pero en el Plan de Ordenamiento Territorial (2014) no se contempla la zona de tolerancia para este tipo de establecimiento, además, el uso del suelo que está permitido para este tipo de actividad hace referencia a ‘establecimientos comerciales con servicio de acompañamiento’ y que por su impacto negativo no puede ser desarrollado ni coexistir con otros usos definidos no establecimientos como principales, complementarios, compatibles, restringidos o mezclados entre sí en las áreas, zonas o sectores donde estos últimos se permitan para realizar la transferencia sexual.

Todavía cabe señalar, que las mujeres son jerarquizadas y valorizadas de acuerdo a los parámetros o estereotipos de belleza establecidos, esta práctica se ve mayormente aplicada en lugares de *transferencia sexual*, porque el cuerpo se observa como un “factor de individualización en el plano social y en el de las representaciones, está dissociado del sujeto y es percibido como uno de sus atributos. Las sociedades hicieron del cuerpo una posesión más que una cepa de identidad”<sup>8</sup>. Al reconocer al cuerpo como un “algo” aislado de la mente del hombre, que se puede poseer, con la vista y el tacto, además, de consumirse con un intercambio monetario; hablamos de una fuerza inseparable del ser humano por poseer otro cuerpo. Por ende, al querer ser poseídos por los otros a cambio de dinero se predispone a cambiar ciertos hábitos para cautivar y con el cambio de su forma de percepción y de imaginación, también cambia el espacio donde se encuentre, en palabras de Sennett<sup>9</sup>, moldea los cuerpos, define las prácticas y construye los espacios. Sin embargo, esta fuerza de poseer, dominar y controlar otros cuerpos no es ajena a la cultura, dado que muchas personas buscan esconderla y privatizarla, pero, “la manera cómo seducimos y nos dejamos seducir constituiría entonces un código cultural, por tanto, aprendido y contextual en espacio y tiempo”<sup>10</sup>. Estamos destinados a reproducirnos y emparejarnos, Douglas<sup>11</sup> señaló que las propiedades fisiológicas del cuerpo son el punto de partida para la cultura; constituyen, además, una mediación, y su identidad se despliega en símbolos significativos por el espacio.

---

<sup>8</sup> LE BRETON, David. Antropología del cuerpo y modernidad. Buenos Aires: Nueva Visión. 1995. p. 23.

<sup>9</sup> SENNET, Richard. Carne y piedra, el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental. 1997. Citado por DE SIMONE, Rosa Liliana. Deseos urbanos: género, erotismo y consumo en la ciudad contemporánea. En: Planeo. Febrero, 2016. no 26, 15 p.

<sup>10</sup> Ibid., p. 3.

<sup>11</sup> DOUGLAS, Mary. Símbolos naturales. Madrid, España: Alianza Editorial. 1978. 209 p.

Debemos agregar que, en el campo de la Geografía colombiana\* no se ha estudiado el cuerpo como una categoría de análisis, pero cabe destacar que gran parte de nuestra sociedad sumerge y controla al cuerpo, y es este, el canal que toma acciones contra el espacio, lo carga de símbolos, de sentimientos, de grupo de cuerpos, de personas y de transformaciones en el espacio, dejando en él su marca. Esta “nueva” escala de análisis abre las puertas para la Geografía a entender el espacio desde nuevas perspectivas, funcionalidades y caracterizaciones desde el cuerpo.

En este sentido, el cuerpo es el canal de control y dominio por diferentes sujetos que en su alrededor se encuentren, como se ha tratado, el cuerpo no está exhorto de ser construido de distintas maneras, porque nuestra sociedad no percibe en sí al sujeto sino al cuerpo de forma inmediata. A la hora de percibir un cuerpo en un mundo de perversiones y erotismo debe cumplir con ciertos estándares para ser vendido pues “nuestra sociedad occidental ha convertido al cuerpo y a sus cuidados en un negocio, así la preocupación por el cuerpo y la apariencia física se ha convertido en una fuente de consumo y en una industria”<sup>12</sup>. Es así, como las trabajadoras sexuales usan su cuerpo, su territorio corporal para subsistir, de esta manera, el cuerpo de las trabajadoras sexuales es un territorio comercializado, en venta, un concepto de mercancía, de obtención de recursos, y de explotación, más allá de si son hijas, madres o estudiantes.

Es, por tanto, que la investigación busca responder importantes interrogantes que permitan analizar las dinámicas tanto espaciales como corporales de las *transferencias sexuales* en la ciudad de Santiago de Cali, enfocándose en preguntas como: ¿dónde están?, ¿cómo están distribuidos los lugares de *transferencia sexual*?, ¿cuáles son las características de los establecimientos de *transferencia sexual*? y finalmente, ¿cuáles son las percepciones de los involucrados en las *transferencias sexuales* sobre el cuerpo de la trabajadora sexual? Todos estos interrogantes posibilitan la respuesta a la pregunta principal: ¿cuál es la interrelación entre

---

\* El concepto del cuerpo se ha trabajado de manera amplia y profunda en países como México y Brasil en el campo de la Geografía de Género, los estudios geográficos han tenido un crecimiento casi exponencial de la producción científica sobre estos temas, como ponen de manifiesto los números monográficos de una serie de prestigiosas revistas, aparición de textos imprescindibles o los encuentros nacionales e internacionales como: Cuadernos del Centro de Estudios de Diseño y Comunicación, Revista Geográfica de América Central; Debate feminista; El consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO), Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales; entre muchas otras.

<sup>12</sup> SALABERRIA, Karnele; RODRÍGUEZ, Susana & CRUZ, Soledad. Percepción de la imagen corporal. En: Osasunaz: Cuadernos de ciencias de la salud. Agosto, 2007. vol. 8, no 2, p. 173.

la localización y la percepción en la construcción del espacio y el cuerpo de una trabajadora sexual en las transferencias sexuales en la ciudad de Santiago de Cali?

### **3. JUSTIFICACIÓN**

La presente investigación se enfoca en analizar las dinámicas espaciales y el contexto territorial entorno a los lugares y al cuerpo en la transferencia sexual, debido a que las localizaciones de estos lugares no se contemplan en una zona de tolerancia para este tipo de establecimiento de alto impacto. Como también, permite tener una visión global de la distribución de los lugares de transferencia sexual en la ciudad de Santiago de Cali. Además, la importancia del cuerpo como primer territorio, dado que, el concepto del cuerpo no se ha trabajado de manera amplia en Colombia como una escala de análisis siendo este, el primer espacio sobre el cual se ejerce soberanía, además es el cuerpo el que construye el espacio, cargándolo de símbolos, de sentimientos e identidades. Esta “nueva” escala de análisis abre las puertas para la Geografía a entender el espacio desde nuevas perspectivas, funcionalidades y caracterizaciones desde el cuerpo.

Es así, que el presente trabajo permitirá mostrar las dinámicas en el que convergen diferentes intereses, pueden ser sociales, culturales e históricos, pero a su vez, aprovechados por intereses comerciales, donde se generan concentraciones que permiten la modificación de los cuerpos en venta; la aparición de actividades que no corresponde con el uso del suelo establecido; conocer la perspectiva que tienen trabajadoras sexuales y los consumidores quienes tienen una idea más amplia de las dinámicas sociales, económicas y culturales que se desarrollan en el negocio de la prostitución y por ende reflejadas en los espacios (lugares de transferencia sexual).

También, los cambios que se han generado, en cuanto a la modificación del espacio urbano a partir de la actividad de la prostitución como el aumento de infraestructuras urbanas relacionadas con los servicios sexuales, y la adecuación de estos espacios para el aprovechamiento comercial. Es por ello, que el trabajo de grado da cuenta de la distribución espacial de los establecimientos de trabajo sexual; la caracterización territorial de estos lugares y, por último, las percepciones que tienen los involucrados (trabajadoras sexuales y consumidores) acerca del cuerpo.

## **4. OBJETIVOS**

### **4.1. OBJETIVO GENERAL**

Analizar las dinámicas espaciales del cuerpo como territorio en los lugares de transferencia sexual en la ciudad de Santiago de Cali.

### **4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Identificar la distribución espacial de los lugares donde se realizan las transferencias sexuales en la ciudad de Santiago de Cali.
2. Caracterizar el contexto territorial de los lugares de transferencia sexual en la ciudad de Santiago de Cali.
3. Identificar las percepciones que tienen los involucrados acerca del cuerpo en las transferencias sexuales en la ciudad de Santiago de Cali.

## 5. LA CIUDAD ERÓTICA

La ciudad como un territorio limitado con grandes aglomeraciones de cuerpos, nos permite observar las configuraciones y dinámicas que realizan los cuerpos en determinados espacios, convirtiendo el cuerpo en un espacio producido y productor de espacio en la ciudad. En la ciudad se puede encontrar una mezcla de belleza, atractivos sexuales, símbolos e imágenes, y a la vez, permite observar, los contratos sociales que ordenan la coexistencia de deseos, placeres, y de perversiones en el sentido de que el espacio es producto de los elementos culturales arraigados a los cuerpos, sus atracciones entre unos y otros, y también de sus deseos reprimidos; todos configurados en ciertos espacios de lo que conocemos como ciudad, una ciudad erótica basada en una sociedad urbana configurada en lo occidentalmente erótico.

Así mismo, estos actos en las grandes ciudades se encuentran unas veces a la luz y otras escondidos, privatizados, encerrándose en un ámbito íntimo en donde, “la compra-venta de sexo es un componente central de la economía de todas las grandes ciudades, especialmente de aquellas que crecen velozmente”<sup>13</sup>. En la ciudad, las sociedades que la integran rechazan y estigmatizan el trabajo sexual, pero, “ninguna forma de fuerza de trabajo puede separarse del cuerpo, pero sólo a través del contrato de prostitución, el comprador obtiene, por cierto, el derecho unilateral y uso sexual del cuerpo”<sup>14</sup>. Por ende, el cuerpo se constituye en un interés social. Es necesario recalcar que, en la ciudad se encuentran diferentes contratos sexuales donde se realiza una transferencia, pues existen tantas formas de amar como formas de pagar. Así que, según la Real Academia Española (2017) transferir se refiere a: “ceder a otra persona el derecho, dominio o atribución que se tiene sobre algo”. Teniendo en cuenta el significado, para la investigación consistirá en ceder a otra persona el derecho, dominio y control que se tiene sobre el cuerpo a cambio de lo que quiera el primer sujeto.

Considerando lo anteriormente dicho, en la ciudad se observan nuevas dinámicas donde se encuentran intercambios de placer como: el cancanéo, término que se utiliza para referirse a las parejas heterosexuales que practican el sexo en el espacio público, quienes se transfieren solo placer. En otro ámbito mucho más diverso, se encuentra el término de “cruising, anglicismo exclusivo utilizado para los gais que practican el sexo en espacios abiertos o

---

<sup>13</sup> LAMAS, Marta. Trabajo sexual e intimidad. *En*: Ciencias Antropológicas. 2017. vol. 24, no. 68, p. 14.

<sup>14</sup> PATEMAN, Carole. El contrato sexual. México: Antropos, 1995. p. 281.

públicos (se excluye a las mujeres del uso de este término)\*. Esta práctica posee como características principales el ser realizado de manera espontánea y anónima mediante la apropiación furtiva de diferentes espacios públicos destinados, en principio, a otro fin”<sup>15</sup>; en donde los dos sujetos tienen dominio sobre el otro y lo único que se otorgan mutuamente es placer. Otra actividad sexual son los Striper, esta práctica consiste en un sujeto bailando mientras se desviste al son de la música, para excitar y divertir al grupo de personas que se encuentren viendo el show (no se restringe a ningún género), se otorga control sobre el cuerpo que se está desvistiendo porque hay transferencia de dinero por el servicio, pero sin necesidad de tener un encuentro sexual. También se encuentran, las líneas eróticas que se basan en que los sujetos se llamen por teléfono y hablan sensualmente hasta llegar al clímax, en esta actividad hay transferencia de dinero, pero no hay ningún tipo de contacto físico y así hay muchos contratos o maneras de encontrar placer. Para esta investigación, la transferencia a discutir es la práctica sexual que se llamará *transferencia sexual* que consiste en el control y dominio del cuerpo femenino para cometer actos íntimos sexuales a cambio de dinero.

El placer sexual y el erotismo se han vuelto componentes centrales en la cultura del entretenimiento del capitalismo, del nuevo modelo referente a la sexualidad y la concepción de la belleza femenina, en donde se ha transformado del sexo procreativo al sexo netamente recreativo (Lamas, 2017) incluyendo solamente la atracción física, porque “todo es aplanado para convertirse en objeto de consumo”<sup>16</sup> y así obtener ganancias de un acto relativamente “fácil de hacer”. Se ha permitido la expansión del comercio sexual como nunca antes, con una proliferación de nuevos productos, lugares y servicios de la mano de una transformación de los tradicionales usos, ventas del cuerpo y costumbres sexuales en “donde la mujer ha sido invisibilizada en su deseo y, con ello, despojada de “autoridad” sobre su cuerpo”<sup>17</sup> pues, como el “deseo erótico es imposible sobre cuerpos ajenos logra satisfacerse de una forma consentida socialmente desde tiempos inmemoriales, y consiste en pagar por ello. Esta represión del instinto carnal generaría, una sobre-valoración abstracta —velada y pervertida— de aquella

---

<sup>15</sup> HERRA, Luis Alonso. Cruising: la apropiación fortuita del espacio público para mantener relaciones sexuales esporádicas entre hombres. En: Revista Rupturas, 2016. vol. 6, no. 2, p. 333.

\* El paréntesis es propio de la investigación.

<sup>16</sup> HAN, Byung-Chul. La agonía del Eros. España: Herder, 2014. p. 11.

<sup>17</sup> PICÓN, Jessica. El Cuerpo Femenino en el contexto de la Globalización. En: VIREF Revista de Educación Física, 2013. vol. 1, no. 1, p. 1.

naturaleza concreta que se busca reprimir”<sup>18</sup> cosa que es imposible de ocultar, puesto que, estos instintos son innatos al ser humano, los cuales se empeñan en seguir apareciendo, así que, el último recurso es consumir los cuerpos poniéndole valor monetario.

“El cuerpo es un organismo material, pero a su vez, una metáfora; es el tronco, la cabeza y los miembros como también es asimismo la persona”<sup>19</sup>. Es entonces entendido como un lugar de poder y no está absuelto a la inclusión al sistema capitalista como una forma de herramienta para subsistir, pues se ha “aceptado” el hecho de que el cuerpo haya tomado el carácter de mercancía, dado que al someter a las leyes del mercado el cuerpo de los individuos estos modelan los circuitos de producción y consumo de bienes; “el cuerpo, con su valor de exposición, equivale a una mercancía. No se puede amar al otro despojado de su alteridad, solo se puede consumir. En ese sentido, el otro ya no es una persona, pues ha sido fragmentado en objetos sexuales parciales. No hay ninguna personalidad sexual”<sup>20</sup>. Es entonces, una característica que transforma la percepción de ver un cuerpo como un objeto consumible socialmente, sin rasgo alguno de identidad personal, se desprende el sujeto del cuerpo, ambigüedad que rodea al hombre en torno a la noción de su propio cuerpo; también es considerado como un lugar donde emerge el poder el cual se desarrolla en la construcción del cuerpo, el valor del cuerpo y la estética de este.

Teniendo en cuenta que, el cuerpo es “un espacio en el que se localiza el individuo, y sus límites resultan más o menos impermeables respecto a los restantes cuerpos. Aunque no cabe duda de que los cuerpos son materiales y poseen ciertas características como la forma o contextura y el tamaño, de modo que, inevitablemente, ocupan un espacio físico o perceptible, lo cierto es que su forma de presentarse ante los demás y de ser percibido por ellos varía según el lugar que ocupan en cada momento”<sup>21</sup>, lo que indica que el espacio donde se encuentren múltiples cuerpos que se manifiesten de la misma manera condicionará el lugar, lo que cambiará la percepción de las personas sobre el cuerpo como su primer territorio y el establecimiento se

---

<sup>18</sup> DE SIMONE, Rosa Liliana. Deseos urbanos: género, erotismo y consumo en la ciudad contemporánea. *En*: *Planeo*. Febrero 2016. no. 26, p. 5.

<sup>19</sup> TURNER, Bryan. *El cuerpo y la sociedad*. México: Fondo de Cultura Económica, 1989. p. 33.

<sup>20</sup> HAN. *Op. Cit.*, p. 23.

<sup>21</sup> MCDOWELL, Linda. *Género, identidad y lugar: un estudio de las geografías feministas*. Universitat de València, 2000. p. 59.

transformará. Dado que “el lugar es una clase especial de objetos cargados de significado, que existen en diferentes escalas, [...] son lugares en donde se materializa el acto de vivir en el mundo”<sup>22</sup>. En lo erótico, las trabajadoras sexuales tienen un cuerpo el cual ante los consumidores y en el lugar cobra un significado, que hace que este modifique los espacios.

Asimismo, este objeto sexual debe mantener ciertas características para ser consumible en vista de que debe, mantener a lo largo de los años un rostro y un cuerpo agradable, haciéndolo parte de la cultura misma, puesto que la mirada es el canal de deseo, y por ende ellas siempre deben de ser agradables a la vista de los consumidores. “El cuerpo, «la percha», en mayor o menor grado, se encuentra asociado a todo o a casi todo. Vivimos en una época tan sensual que sólo los cuerpos guapos son válidos para vender coches, detergentes, viviendas, productos alimenticios, etc. Una imagen, hoy más que nunca, vende más que mil palabras. La ética ha cedido su valor, en buena parte, a la estética, y lo justo al gusto”<sup>23</sup>.

La imaginación occidental de cómo debe ser el cuerpo de la mujer para ser comprado normatiza toda acción de consumo y venta del cuerpo, porque aquella mujer fuera de ese rango de belleza o estereotipo normatizado pierde valor a la hora de su compra, además, “El “semblante” se contrapone diametralmente a la cara (face), que se expone como mercancía con una desnudez pornográfica y se entrega a una visibilidad y un consumo total”<sup>24</sup>. La exclusividad de tener un cuerpo que cumpla con todos los requisitos hace que este aumente de precio pues no todas lo tienen, además de la comercialización del cuerpo el cual está regido bajo unos estereotipos que hacen que este sea bello y de esta manera pueda estar en el mercado sexual, además la variabilidad de los cuerpos hace que en los distintos establecimiento donde este se vende, también haya una variabilidad de precios que serán accesibles hacia los consumidores que vayan a determinado lugar, en busca de cualquier forma de cuerpo.

Es así, como la estética juega un papel importante a la hora de que el cuerpo se encuentre en un mercado, por eso cada vez las trabajadoras sexuales tienen que estar más actualizadas en las tendencias de belleza, ya sea con cirugías plásticas o estar a la moda, “los cuidados corporales, la salud, la vida sana -sin tabaco, naturalmente-, la alimentación equilibrada, el aeróbic, la

---

<sup>22</sup> MAHECHA, Ovidio Delgado. Debates sobre el espacio en la geografía contemporánea. Universidad Nacional de Colombia, 2003. p. 111.

<sup>23</sup> GERVILLA CASTILLO, Enrique. La tiranía de la belleza, un problema educativo hoy. La estética del cuerpo como valor y como problema. En: Teoría de la Educación, 2009. vol. 14, p. 189.

<sup>24</sup> HAN. Op. Cit., p. 29.

musculación, la moda vestimentaria, la belleza, la cirugía estética y un largo etcétera de prácticas - y de inversiones económicas- referidas al cuerpo, se nos proponen como las técnicas más adecuadas para lograr que éste exprese nuestra auténtica identidad como seres únicos, irrepetibles”<sup>25</sup>. Y con ello, lograr la máxima expresión de la belleza para ser más apetecidas en el mercado laboral, pues como menciona Foucault, “la mirada es la gran detonadora del deseo sexual”. Por otra parte, los medios de comunicación se han encargado de crear en las mentes de los seres humanos unos modelos de belleza, por eso los consumidores se desplazan a los lugares de transferencia sexual en busca de esos modelos, para obtener un placer a cambio de la exclusividad de cuerpos normatizados socialmente. “El cuerpo ideal de la modelo genera oscuras e imposibles ambiciones de mimesis, acción que deviene en frustración y desprecio por sí mismo. La sociedad de consumo, del placer, la cultura del hedonismo sólo en apariencia es tolerante y solidaria; lo que engendra, en un contexto de carencias económicas, es frustración, ansiedad, incertidumbre”<sup>26</sup>.

Además, las relaciones sociales generan en los espacios una construcción del mismo a escala geográfica en la medida en que cada espacio es distinto a otro, por tanto “la escala geográfica es lo que define los límites y delimita las identidades, en función de las cuales se ejerce o se rechaza el control”<sup>27</sup>, así pues, dentro de los establecimientos donde se vende el cuerpo, los límites los establece el dueño del lugar, quien en ese espacio es el dueño de los cuerpos en venta, pero además en este mismo lugar las identidades de las trabajadoras sexuales configuran el espacio, de tal manera que su comportamiento influye en el establecimiento de transferencia sexual y además en el comportamiento del cliente; y con la desapropiación del cuerpo a las modificaciones requeridas para el cliente, cuanto esté dispuesto a pagar por él. En este sentido, la prostituta es un sujeto despreciado, ignorado, silenciado, personaje de muchos rostros, de todas las razas, la meretriz encarna la cara oculta de la sociedad; conforma una clase innombrable siempre presente, siempre próxima, siempre deseada; su cuerpo y su vida ponen en cuestión la moral y la ley.

---

<sup>25</sup> MÉNDEZ, Lourdes. Cuerpo e identidad: modelos sexuales, modelos estéticos, modelos identitarios. Blanco, Miñambres y Miranda (coords.). Pensando el cuerpo, pensando desde un cuerpo. Universidad de Castilla La Mancha, Albacete, 2002, p. 124.

<sup>26</sup> WALDER, Paul. El cuerpo fragmentado. Polis: revista Latinoamericana. Abril, 2004. no. 7. p. 12.

<sup>27</sup> MCDOWELL. Op. Cit., p. 15.

## 6. ZONA DE ESTUDIO

El área de estudio es el perímetro urbano de Santiago de Cali (*ver mapa 1: Localización de Santiago de Cali, a escala nacional y departamental*), esta es la capital del departamento del Valle del Cauca, ubicada en las coordenadas 3°27'00"N 76°32'00"O, en la región sur del departamento, entre la cordillera occidental y la cordillera central. El municipio de Cali limita al norte con Yumbo y la Cumbre, al nororiente con Palmira y al oriente con Candelaria, al sur se encuentra el municipio de Jamundí, al suroccidente se encuentra Buenaventura y por ultimo con el municipio de Dagua al noroccidente. El área urbana de Santiago de Cali se divide en 22 comunas, existen 335 barrios que en total ocupan un área de 11923,87 ha y el área rural se divide en 15 corregimientos (*ver tabla 1: corregimientos de Santiago de Cali*). Topográficamente el relieve cuenta con tres regiones naturales: la región montañosa dominada por las cordilleras Central y Occidental.

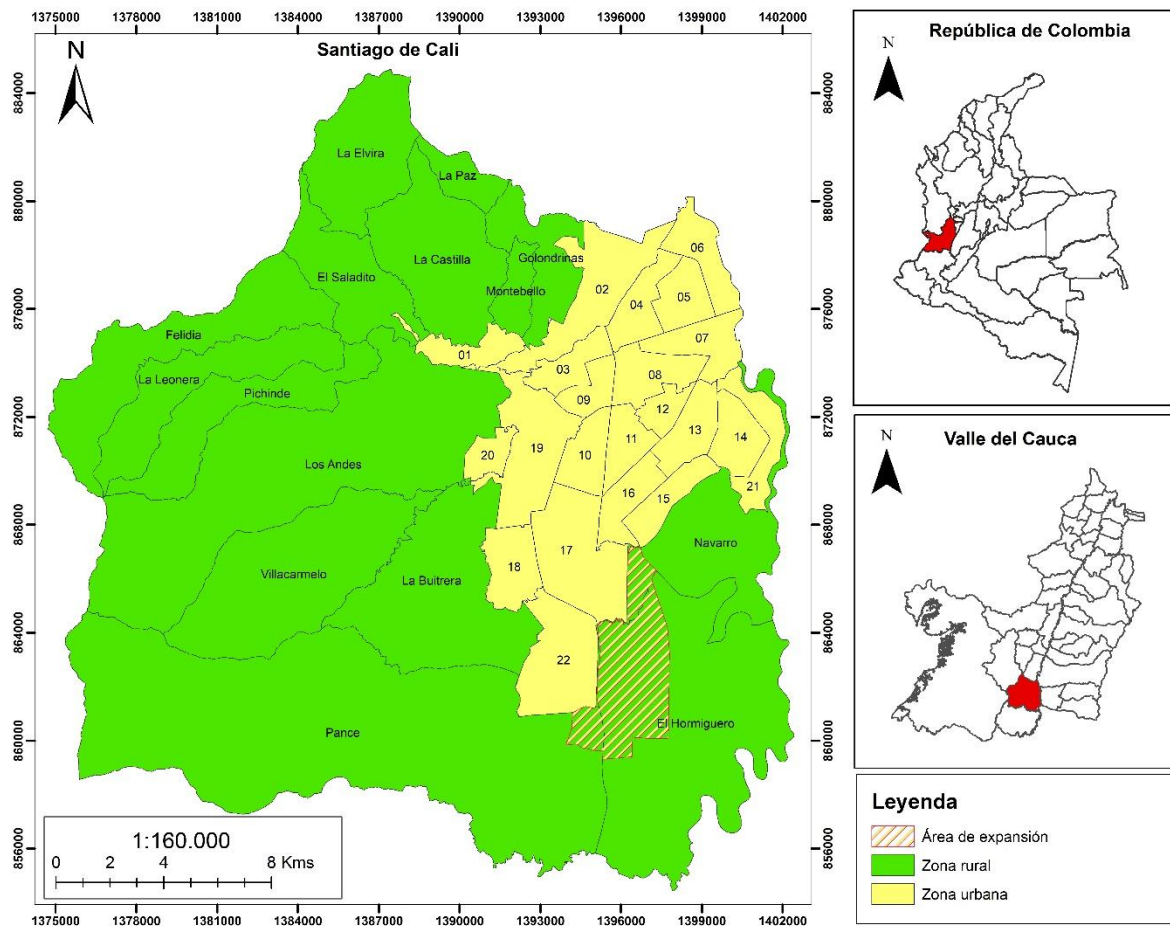
El área urbana de Cali, cuenta con una población de 2'319,655 habitantes en la cabecera municipal. Del total de la población de Cali, el 47,8% son hombres y el 52,2% mujeres. Adicionalmente se puede decir que la mayor proporción de habitantes es joven, pues el 34% se encuentra en promedio entre los 15 y los 30 años de edad, seguida por la población infantil, que corresponde al 26%, después encontramos la población adulta, con un 24% y por último la tercera edad, que cuenta con una representación del 16%. En el norte, se ha configurado una conurbación en donde la frontera urbana residencial de Cali, se conecta a través de dos ejes viales con varias zonas industriales en el área de Yumbo. En el sur de la ciudad viene avanzando a pasos acelerados un proceso de integración y conurbación con el municipio de Jamundí (POT, 2014).

**TABLA 1: CORREGIMIENTOS DE SANTIAGO DE CALI**

| CORREGIMIENTO | CORREGIMIENTO |
|---------------|---------------|
| Pance         | La Elvira     |
| Navarro       | La Paz        |
| La castilla   | Montebello    |
| Felidia       | La Leonera    |
| Golondrinas   | Los Andes     |
| Villacarmelo  | La Buitrera   |
| Pichindé      | El Saladito   |
| El Hormigero  |               |

Fuente: Alcaldía de Santiago de Cali, 2017

**MAPA 1: LOCALIZACIÓN DE SANTIAGO DE CALI A ESCALA NACIONAL, DEPARTAMENTAL Y MUNICIPAL**



Fuente: Elaboración propia

## **7. IDENTIFICAR LA DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LOS LUGARES DONDE SE REALIZAN LAS TRANSFERENCIAS SEXUALES EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

En este capítulo se desarrolla el primer objetivo que busca identificar la distribución espacial de los lugares donde se realizan las transferencias sexuales en Santiago de Cali, esta distribución se identifica con las herramientas de análisis espacial. Debido a que, estos lugares de transferencia sexual, se han expandido y desarrollado por toda la ciudad de Santiago de Cali, trayendo consigo nuevas prácticas económicas que tienen que ver con la venta y observación del cuerpo femenino, que dan pie a la configuración de espacios específicos de relaciones y encuentros para quienes efectúan la labor y para aquellos que los frecuentan. Además, en la ciudad, aunque se encuentre un patrón de distribución espacial preestablecido, no cuentan con los permisos para su funcionamiento, por ende, no están contemplados dentro del Plan de Ordenamiento Territorial de Santiago de Cali.

En este contexto estas técnicas, permiten dar respuesta a preguntas como: ¿dónde se localizan los establecimientos? ¿dónde se practica la transferencia sexual (hombre-mujer)? ¿cuál es su distribución espacial? ¿en dónde se concentran más los lugares de transferencia sexual? ¿existe algún patrón espacial en la distribución de las transferencias sexuales? ¿cuál es la cercanía entre los establecimientos, vías principales y los moteles? A continuación, se desarrollan las respuestas a cada uno de estos interrogantes.

### **7.1. DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

Describir cuántos y dónde están ubicados los prostíbulos donde haya transferencia sexual involucró realizar un análisis del espacio geográfico. Por ello, resulta necesario describir en que zona están distribuidos los lugares de transferencias sexuales en el espacio social y así sean representados con ciertos sistemas de información geográfica que permitan actuar de forma resumida sobre la realidad. Es así que, Buzai<sup>28</sup> expresa: cinco conceptos fundamentales del

---

<sup>28</sup> BUZAI, Gustavo. Conceptos fundamentales del análisis espacial que sustentan la investigación científica basada en geotecnologías. *En*: Geografía, geotecnología y análisis espacial: tendencias, métodos y aplicaciones. Santiago de Chile: Triángulo. 2015. p. 56 – 72.

Análisis Espacial: *Localización*, concepto que indica que todas las entidades tienen una ubicación específica en el espacio geográfico.

*Distribución Espacial*, este concepto considera que el conjunto de entidades de un mismo tipo se reparte de una forma determinada en el espacio geográfico. Una mancha de distribución espacial puntual puede tener una estructura concentrada, aleatoria (sin un patrón definido) o regular (distribución uniforme, también considerada dispersa), aspectos que pueden ser medidos a través de un análisis de vecindad. Teniendo en cuenta que, las distintas características medidas en entidades de naturaleza espacial difícilmente se distribuyan de manera homogénea.

*Asociación Espacial*, este concepto considera el estudio de las coincidencias encontradas al comparar diferentes distribuciones espaciales, o sea, que una distribución espacial A se puede superponer a una B y de esa manera verificar su grado de asociación en base a una proporción de correspondencia. Cuanto mayor sea la superficie de superposición mayor será la asociación existente entre ellas.

*Interacción Espacial*, este concepto considera la estructuración de un espacio relacional en el cual las localizaciones (sitios) distancias (ideales o reales) y vínculos (flujos) resultan fundamentales en la definición de espacios funcionales, corresponde a la conceptualización de los componentes básicos que se consideran en el análisis sistémico. Por último, *Evolución Espacial*, este concepto considera la incorporación de la dimensión temporal a través de considerar estados de configuración espacial que cambian por otros. Ahora bien, estos 5 conceptos nos ayudan a revelar patrones, frecuencia, asociación de variables, concentración entre otras cosas, desde un punto de vista aplicado para la organización del territorial.

## **7.2. METODOLOGÍA**

### **7.2.1. Obtención de datos**

Los datos que se utilizaron son de tipo secundario, realizado por Senderos Asociación Mutual y portales web como: Don Colombia-guía colombiana de relax, es un blog donde una comunidad de hombres cuenta sus experiencias, tarifas y direcciones de los prostíbulos de Cali, este portal ayuda a los hombres inexpertos que quieran consumir cuerpos.

A partir de estas fuentes se logró identificar dos tipos de lugares: los reservados y los bares. Georreferenciados con el uso de herramientas como Google Earth, Google Map, ArcGis 10.5,

GeoDa y el Street View, como también la cartografía oficial del Acuerdo 0373 del 2014 – POT de la oficina de Planeación municipal de la Alcaldía de Santiago de Cali.

### **7.2.2. Manejo de datos**

Inicialmente, se realizó una geocodificación manual, porque los datos que proporcionó Senderos Asociación Mutual, no tenían las coordenadas geográficas además tenían ciertos errores en la dirección y algunos establecimientos ya no existían. Por ello, se verificó con el Street View de Google Earth y el de Google Map. Hecho esto, se obtuvieron los datos para lograr conseguir los shapefile de la ubicación de los prostíbulos con ArcGis 10.5, con éste programa y sus herramientas de densidad de Kernel y de distancia euclidiana se elaboraron los mapas que se presentan en este capítulo. Finalmente, el programa de GeoDa ayudó a la elaboración de las gráficas de autocorrelación espacial de Moran.

#### **7.2.2.1. Clasificación de los datos**

Las transferencias sexuales se dividieron en dos categorías: los prostíbulos reservados que se caracterizan por ser casas aparentemente residenciales, tienen ventanas que no son visibles hacia el interior o en su defecto no tienen en el primer piso, las nomenclaturas son números grandes, con ninguna publicidad al respecto, buscan mantener la privacidad de sus clientes y sus estrategias de comunicación están enfocadas en las redes sociales. Por otro lado, están los prostíbulos bares que se identifican por ser locales abiertos ubicados en lugares comerciales donde se sirven bebidas que suelen tomarse al lado de una barra, hay juegos de billar, sapa y discotecas además de dar la opción de estar con amigos sin necesidad de consumir el cuerpo de una mujer.

### **7.2.3. Análisis espacial**

En el análisis del espacio geográfico resulta necesario determinar los acontecimientos sociales que se generan en un espacio específico. Es así que, Buzai<sup>29</sup> expresa: cinco conceptos fundamentales del Análisis Espacial: Localización, Distribución Espacial, Asociación Espacial, Interacción Espacial y Evolución Espacial, a partir de los cuales se puede realizar una síntesis concertando componentes que lleven a determinar la estructura espacial específica del área de estudio. Por ello, se aborda en el estudio de las transferencias sexuales el análisis locacional mediante la determinación de medidas de centralidad y densidad con la técnica de

---

<sup>29</sup> Ibid., p. 57.

densidad de Kernel; el análisis de distribución mediante la determinación del índice de autocorrelación espacial de Moran; el análisis de asociación con el índice de cercanías y, para terminar, con el análisis de interacción espacial mediante el índice de cercanías con infraestructuras complementarias a los servicios sexuales. El concepto de evolución espacial no se tratará, porque no hay un interés por ver una evolución de los establecimientos de transferencias sexuales en el tiempo.

#### **7.2.4. Densidad de Kernel**

La toma de decisiones en un territorio requiere instrumentos de modelajes matemáticos para transformar la información inicial en extraer patrones de este tipo de datos. Pero, ¿qué es un patrón? en este caso, un patrón surge como la acumulación de establecimientos en un espacio específico. Es decir, partimos de la hipótesis de que hay una concentración en la distribución de los establecimientos de transferencia sexual y es necesario caracterizar dichos patrones.

Dentro de la amplia gama de métodos de detección/visualización de patrones espaciales, los mapas de densidades son uno de los más populares. De acuerdo con Buzai<sup>30</sup> es un método de interpolación que permite la representación continua del fenómeno a analizar, a través de una base ráster en la que cada píxel asume un valor específico de densidad.

Es un hecho que no en toda el área de estudio hay establecimientos de transferencia sexual, pero existe una probabilidad de que hayan, la estimación de densidad de Kernel sirve para calcular esa probabilidad (Smith & Bruce, 2007) de modo que la interpolación produce "superficies de hallazgo o de riesgo", que permiten advertir patrones de distribución más precisos y aproximados a la realidad.

Según Smith, Goodchild y Longley<sup>31</sup> el modelo Kernel genera una superficie curvada suave sobre cada punto en estudio, usando cálculos de vecindad local definida por bloques de celdas o píxeles y una función simétrica radial, de manera de que el valor de densidad más alto se da sobre el punto y tiende a disminuir progresivamente a medida que se aleja del mismo, hasta el radio máximo de búsqueda donde el valor de densidad llega a 0.

---

<sup>30</sup> Ibid., p. 60.

<sup>31</sup> SMITH, Michael; GOODCHILD, Michael & LONGLEY, Paul. Geospatial analysis. Leicester: Matador, 2007. 394 p.

### 7.2.5. Autocorrelación espacial de Moran

La autocorrelación espacial es un procedimiento intrínsecamente geográfico que puede decir mucho acerca del comportamiento (patrón) de la información georreferenciada a diferentes escalas. El análisis de la distribución de indicadores según áreas geográficas es un instrumento que puede formular hipótesis sobre los procesos envueltos en determinado fenómeno que se desea estudiar, permite analizar características y diferencias de cada espacio territorial.

Para la auto-correlación espacial, se utilizó como herramienta estadística el índice global de Moran (I). La auto-correlación espacial mide la relación entre observaciones con proximidad espacial, considerando qué observaciones próximas espacialmente poseen valores parecidos (Nascimento *et al*, 2007). Los indicadores globales de auto-correlación espacial (Moran I) ofrecen una única medida para el conjunto caracterizando la zona de estudio. Como lo asevera Buzai<sup>32</sup> “todo está relacionado con todo, pero las cosas más cercanas se encuentran más relacionadas entre sí que con las más lejanas”. Es decir, corresponde a la medición de la correlación que una misma variable tiene en diferentes unidades espaciales contiguas en una perspectiva horizontal da lugar a una de estas tres posibilidades:

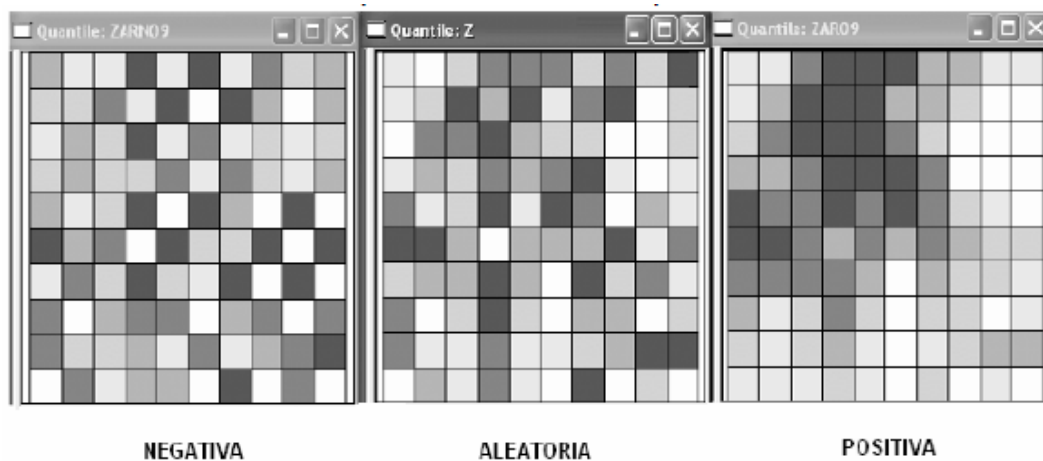
- Autocorrelación espacial positiva: ocurre cuando el índice está cercano a +1, las unidades espaciales vecinas presentan valores próximos que revela una tendencia al agrupamiento de las unidades espaciales (0 a 1).
- Autocorrelación espacial negativa: ocurre cuando el índice está cerca de -1, las unidades espaciales vecinas presentan valores disímiles estando uno al lado del otro. Indica una tendencia a la dispersión de las unidades espaciales (-1 a 0).
- Sin autocorrelación: no ocurre ninguna de las dos situaciones anteriores. Por lo tanto, los valores de las unidades espaciales vecinas presentan valores producidos en forma aleatoria, la variable estudiada no varía por el hecho de darse su presencia en las regiones vecinas.

La forma de observar estos tres elementos se encuentra en la *figura 1*.

---

<sup>32</sup> BUZAI. Op. Cit., p 107.

FIGURA 1: TIPOS DE AUTOCORRELACIÓN ESPACIAL

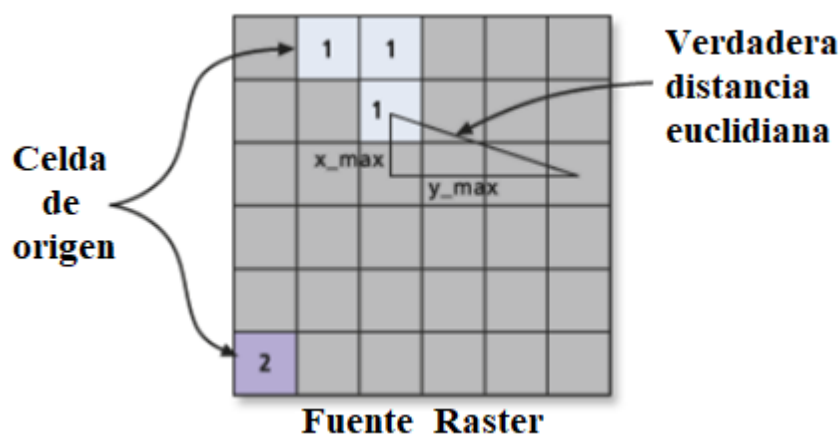


Fuente: Anselin, 2003

### 7.2.6. Índice de cercanía

El índice de cercanías permite calcular las aproximaciones entre las entidades. Esto es posible a través de la distancia euclidiana (ver figura 2: *distancia euclidiana verdadera*) que se puede calcular fácilmente a través de las coordenadas de dichos puntos (en dos dimensiones a través del teorema de Pitágoras), y el sistema vectorial, basado en coordenadas puede facilitar ese dato de forma inmediata. Además, el sistema puede calcular la distancia de un punto cualquiera a una línea, distancia entre dos líneas o entre polígonos, en estos casos se trata normalmente de la “distancia más corta” de todas las posibles.

FIGURA 2: DISTANCIA EUCLIDIANA VERDADERA



Fuente: ESRI ArcGIS Desktop

La asignación euclidiana divide un área y asigna cada celda a la entidad de entrada más cercana. Esto es comparable a crear polígonos de Thiessen con datos vectoriales. La herramienta

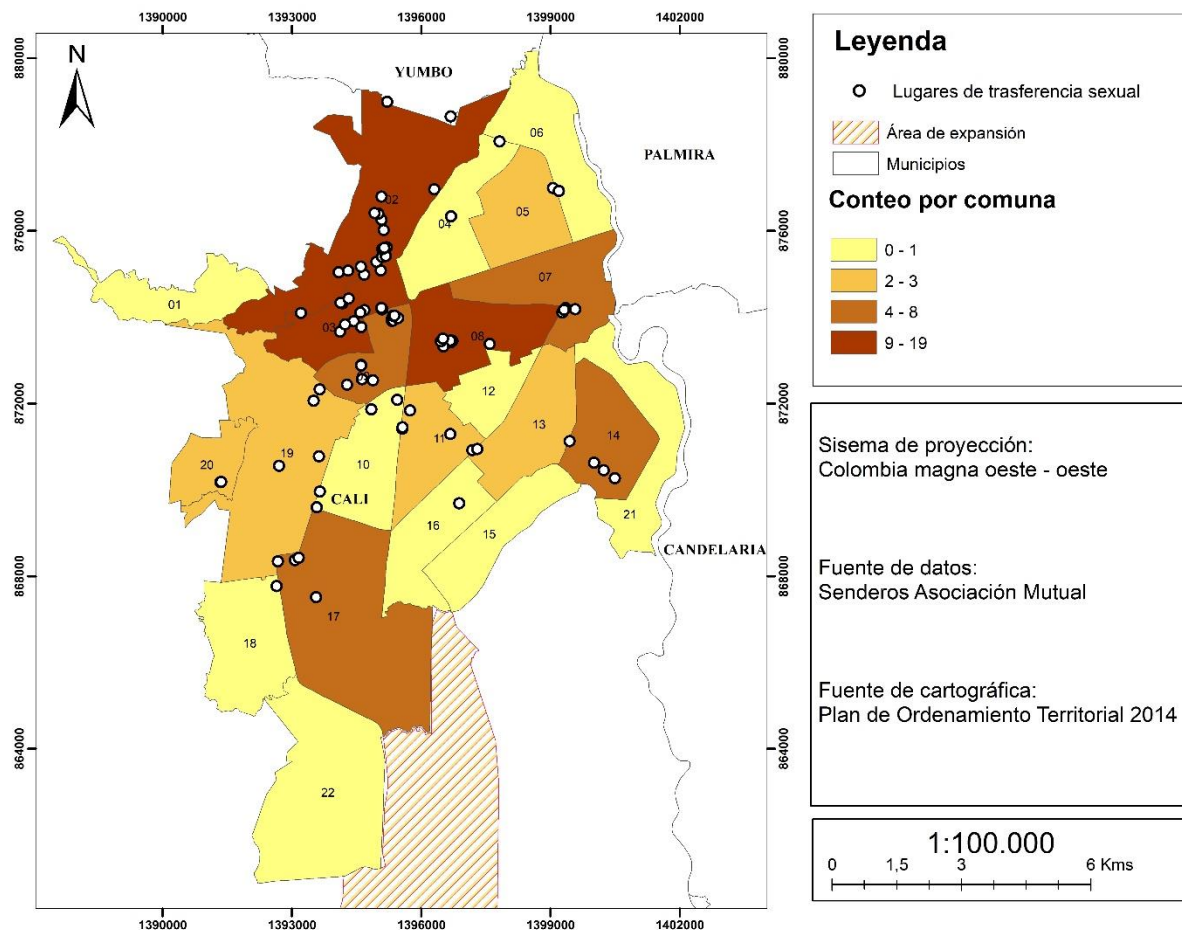
asignación euclidiana crea zonas de rásteres poligonales que muestran las ubicaciones más cercanas a un punto dado. Si especifica una distancia máxima para la asignación, los resultados son comparables a crear zonas de influencia en las entidades de origen (ESRI ArcGIS Desktop).

### **7.3. RESULTADOS: IDENTIFICAR LA DISTRIBUCIÓN ESPACIAL DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

#### **7.4. LOCALIZACIÓN DE LAS TRANSFERENCIAS SEXUALES**

Para empezar, se localizaron 90 establecimientos de transferencias sexuales en la ciudad de Santiago de Cali. En el mapa 2: *Lugares de transferencia sexual* se puede observar la distribución de los establecimientos en toda la ciudad, permitiendo un acercamiento a la concentración y la ubicación donde se presentan estos lugares. Por comuna, se encontró que están distribuidos predominantemente en la comuna 2, con un total de 19 lugares identificados; seguida de ella se halla la comuna 3, en donde se identificó 18 lugares disponibles. En la comuna 8 se identificaron 11, mientras en la comuna 9 se encontraron 8 lugares. En cuanto a la comuna 14 y 17 se hallaron 6 y 7 establecimientos respectivamente, en la comuna 7 hay disponibles 4 lugares. En las comunas 11 y 19 se identificaron 3 lugares en cada una. Para el resto de comunas, el número de lugares identificados fue igual o menor a 2. Los resultados evidencian que, las comunas del centro y noroccidente de la ciudad de Santiago de Cali fueron las que se identificaron más cantidad de estos lugares, mientras que en el oriente y nororiente se encontraron pocos lugares y para la zona sur no hay lugares identificados de transferencia sexual.

**MAPA 2: LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

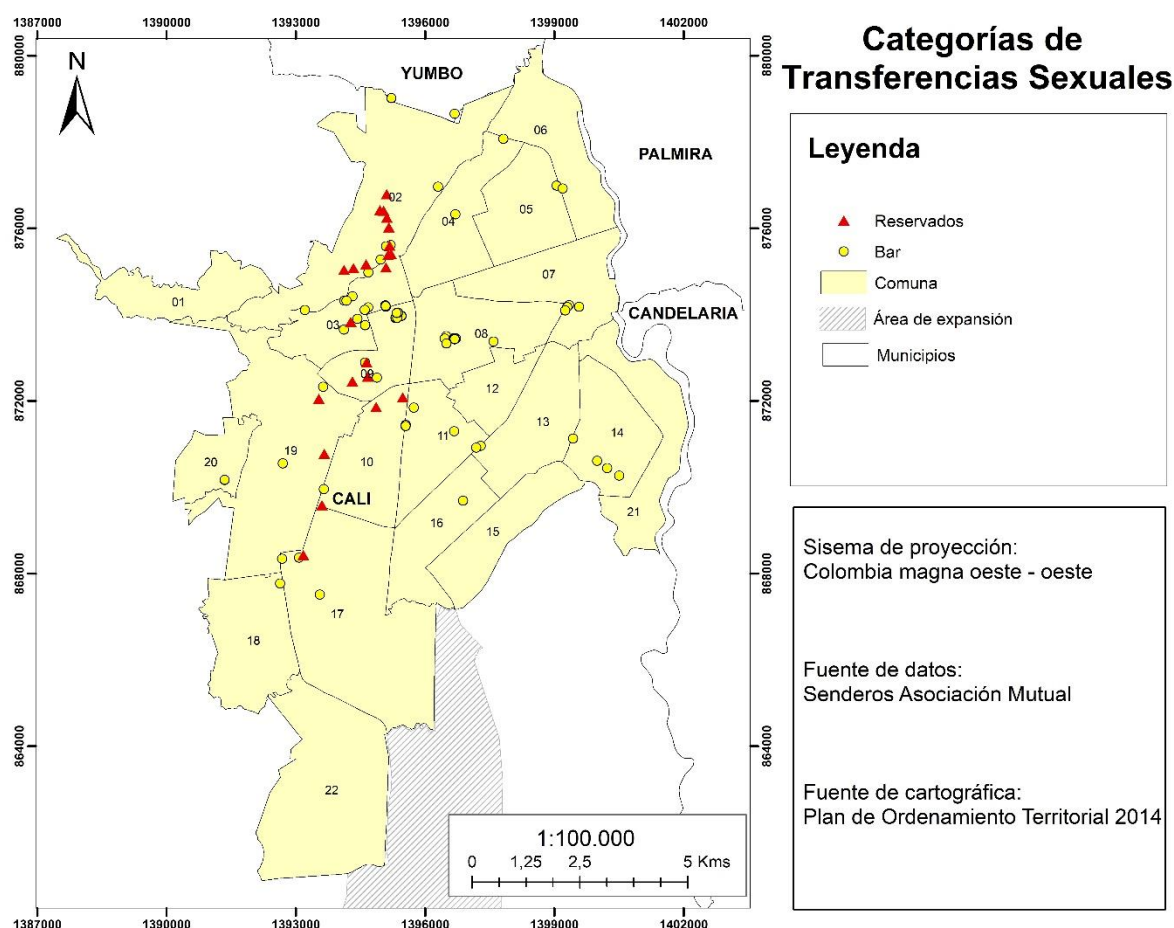


Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó anteriormente, los establecimientos de transferencia sexual se categorizaron en dos clases de lugares, *los bares* (barras, juegos de billar, sapa y discotecas) de los cuales se hallaron 68, donde se observa una distribución concentrada principalmente en las comunas del centro (la tres y la nueve), y se esparcen hacia el oriente y nor-oriente. Además, algunos bares quedan enseguida de otro, relativamente cerca, volviendo ese espacio una pequeña zona de concentración de transferencias sexuales. Se puede observar la categoría en el *mapa 3: categorías de transferencia sexual*.

La segunda categoría serían *los reservados* (aparentan ser casas residenciales) se identificaron 22. De ellos, se identificó una distribución lineal del norte al sur, se extiende desde la comuna 2 pasando por las comunas 3, 9, 10, 19 y por último la 17. Estos están ubicados en diferentes distancias uno del otro, a diferencia de los Bares que se ve un punto sobre otro en varias ocasiones. Se puede observar la categoría en el *mapa 3*.

**MAPA 3: CATEGORÍAS DE TRANSFERENCIAS SEXUALES**



Fuente: Elaboración propia

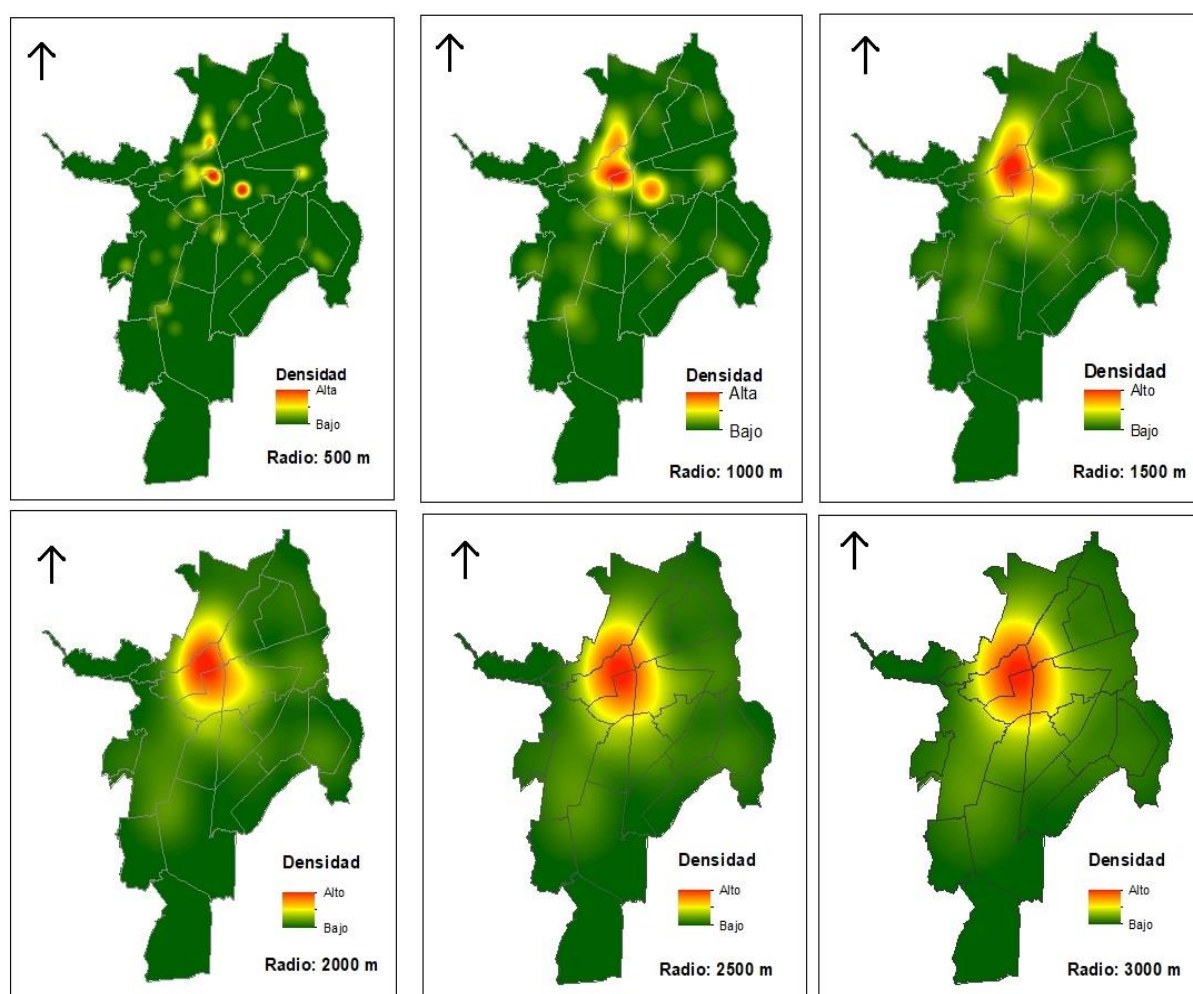
## 7.5. ANÁLISIS DE DENSIDAD DE KERNEL

Para este análisis se realizaron diferentes pruebas a 500, 1.000, 1.500, 2.000, 2.500, y 3.000 metros en el radio asignado para cada mapa que se realizó, donde se observó el comportamiento de las diferentes densidades de Kernel.

Los resultados arrojados por la densidad de Kernel permite tener una visualización rápida de la distribución de las transferencias sexuales a partir de las concentraciones de los establecimientos disponibles en cada comuna. Como se observa en el *mapa 4: análisis de densidad de Kernel de los lugares de transferencias sexuales entre los radios de 500, 1.000, 1.500, 2.000, 2.500 y 3.000 m*, este análisis determina la alta y baja densidad de estos establecimientos en la ciudad de Cali. El radio de 500 m no representa la realidad, porque se observan pequeñas concentraciones (nichos) de los lugares en toda la ciudad, el radio de 1.000 m aún se encuentran varias concentraciones, el radio de 1.500 m determinó que es el indicado para representar la realidad de los prostíbulos de Cali, puesto que, no se encuentran varios

nichos de concentración, ni tampoco se observa difuminado en la ciudad. Es así que, las comunas 3, 4, y 9 presenta alta densidad, además, se observa una densidad media en las comunas 8 y 2 de manera significativa. Teniendo en cuenta que, la comuna 2 es la que tiene más establecimientos dentro de ella. Las comunas 7, 10, 14, 17 y 19 presentan una densidad medio - baja, pues se forman pequeñas concentraciones que son difíciles de definir. Es importante mencionar que, al ampliar la medida del radio, la influencia de la densidad se suaviza.

**MAPA 4: ANÁLISIS DE DENSIDAD DE KERNEL DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIAS SEXUALES ENTRE LOS RADIOS DE 500, 1.000, 1.500, 2.000, 2.500 Y 3.000 M**



Fuente: Elaboración propia

### 7.5.1. Densidad de Kernel de la categoría Bar

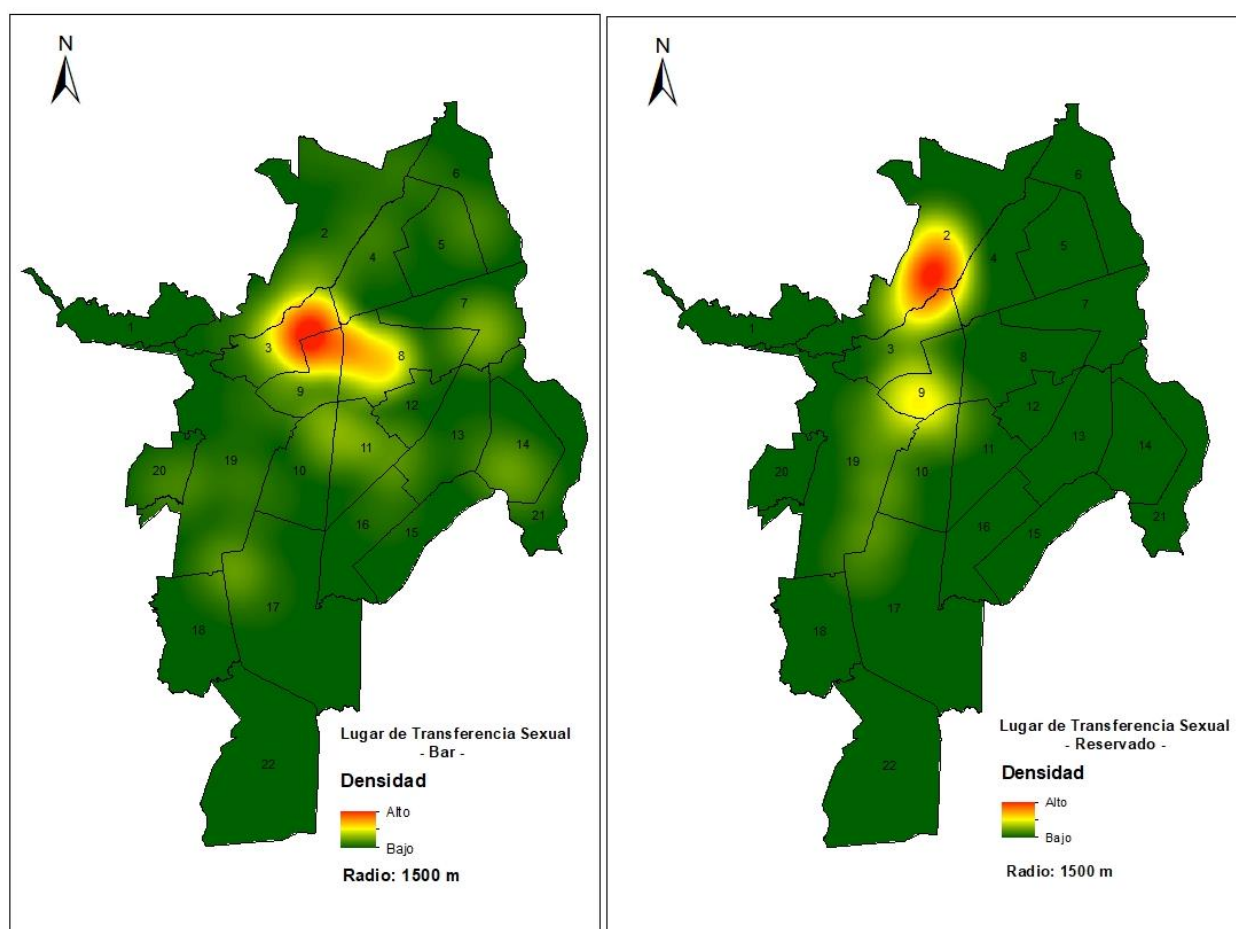
El mapa 5: *Análisis de densidad de Kernel de las categorías bar y reservado de transferencias sexuales*, se realizó con el radio de 1.500 m, en él se observa la densidad que presentan los lugares de esta categoría. Estos se encuentran concentrados en el centro y se extiende hacia el oriente de la

ciudad, las mayores densidades están presentes en casi la totalidad de la comuna 3 y 9, porque al sur de éstas presentan una densidad baja, también es importante mencionar, que al occidente de la comuna 8 se observa una densidad media bastante marcada.

### 7.5.2. Densidad de Kernel de la categoría Reservado

Para los lugares de categoría Reservado en el *mapa 5: Análisis de densidad de Kernel de las categorías bar y reservado de transferencias sexuales*, también se realizó con el radio de 1.500 m. En él se halló, primeramente, una densidad lineal que se extiende desde norte con una densidad alta y va disminuyendo hasta difuminarse hacia el sur. Detalladamente se observa un comportamiento de densidad alta más “enclaustrado”, por lo que se restringe solamente en la comuna dos, o sea, en el norte de la ciudad, además de localizarse densidades medias prominentes en la comuna 9.

**MAPA 5: ANÁLISIS DE DENSIDAD DE KERNEL DE LAS CATEGORÍAS BAR Y RESERVADO DE TRANSFERENCIAS SEXUALES CON UN RADIO DE 1.500 M**

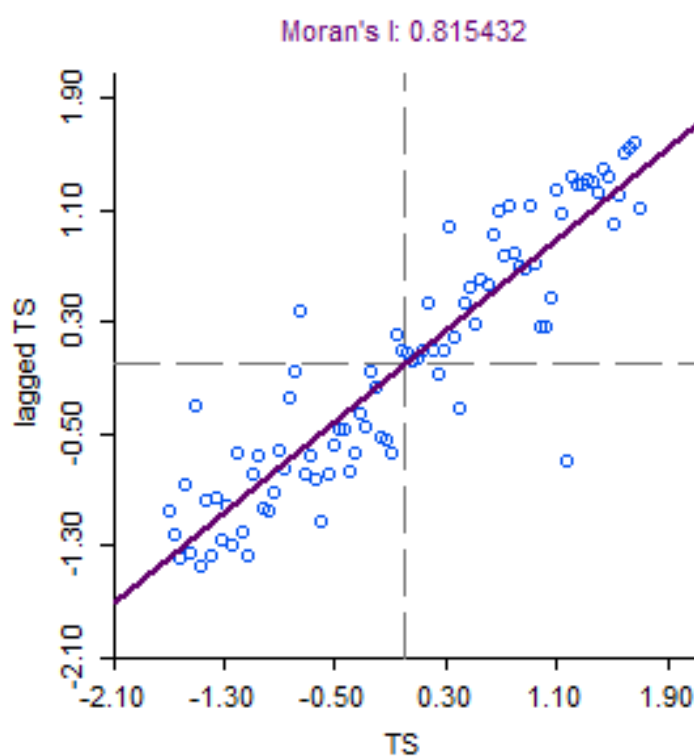


Fuente: Elaboración propia

## 7.6. ANÁLISIS DE AUTOCORRELACIÓN ESPACIAL DE MORAN

La realización del análisis de autocorrelación espacial se realizó por comuna a los lugares de transacción sexual utilizando el índice de Moran, cuyo valor arrojado es de 0,815 como se aprecia en la *gráfica 1: Análisis de autocorrelación de Moran en las transferencias sexuales*, esta expresa un resultado positivo, indicando que los puntos muestran una asociación espacial cuyos valores son semejantes, teniendo en cuenta el contexto de la hipótesis nula. La hipótesis nula, establece que el atributo que se analiza está distribuido en forma aleatoria entre las entidades del área de estudio; es decir, los procesos espaciales que promueven el patrón de valores observado constituyen una opción aleatoria. Lo que indica que, “todo está relacionado con todo, pero las cosas más cercanas se encuentran más relacionadas entre sí que con las más lejanas”<sup>33</sup>. El comportamiento de los datos presentados tiene un patrón de autocorrelación concreto que establece que no es al azar, sino, que existe una autocorrelación espacial, por ende, se halla un patrón de concentración espacial o de agrupamiento rechazando la hipótesis nula.

GRÁFICA 1: ANÁLISIS DE AUTOCORRELACIÓN DE MORAN EN LAS TRANSFERENCIAS SEXUALES



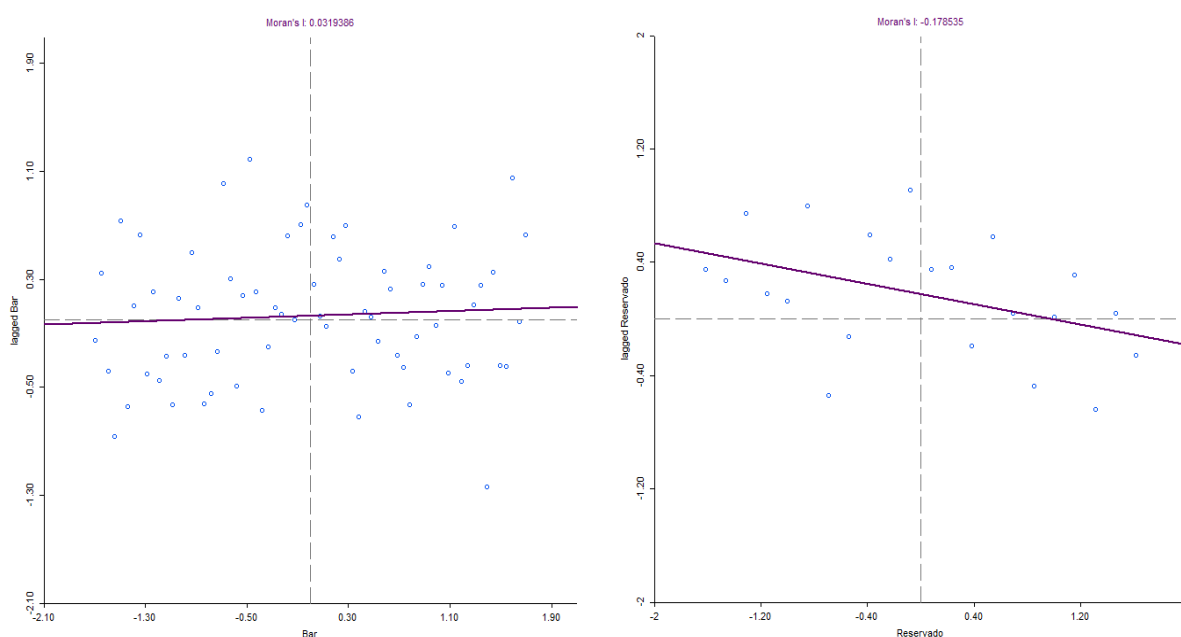
Fuente: Elaboración propia

<sup>33</sup> BUZAI. Op. Cit., p 107.

### 7.6.1. Análisis de autocorrelación espacial en las categorías Bar y Reservado

Al realizar el índice de autocorrelación de Moran para las transferencias sexuales, también se elaboró el índice para las categorías de Bar y Reservado como se puede apreciar en la *Gráfica 2: análisis de autocorrelación de Moran en las categorías de Bar y Reservado*, donde los resultados obtenidos fueron: para la categoría de Bar es positiva con un valor de 0.0319 que expresa una autocorrelación positiva, presentando una tendencia de agrupamientos, un patrón de asociación espacial; aceptando la hipótesis. Para la categoría de Reservado arrojó un valor de -0.1785 aceptando la hipótesis nula, cuyo patrón espacial es disperso.

**GRÁFICA 2: ANÁLISIS DE AUTOCORRELACIÓN DE MORAN EN LAS CATEGORÍAS DE BAR Y RESERVADO**



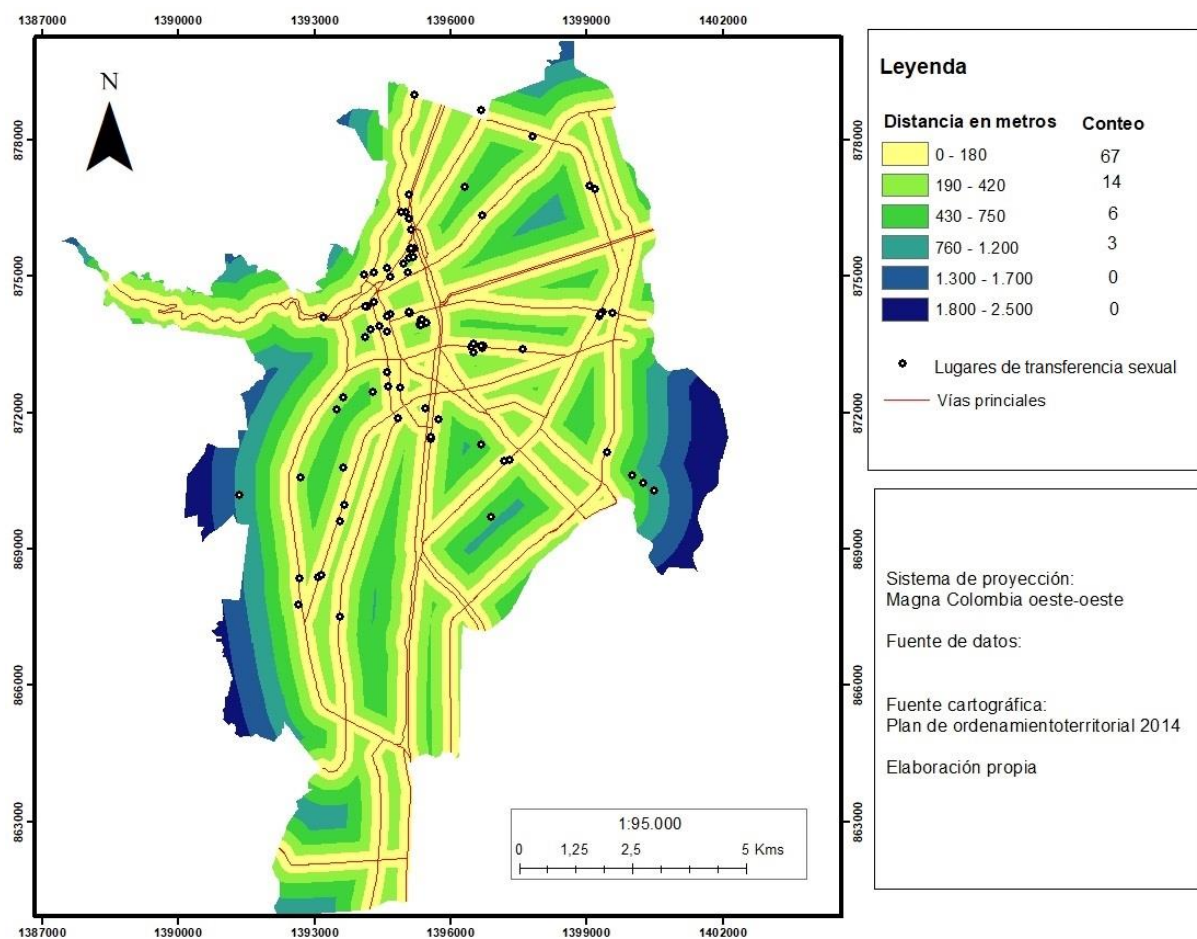
Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, es interesante observar las *gráficas uno y dos*, donde respectivamente los datos están agrupados y divididos en categorías. Puesto que, cuando se realiza el análisis de autocorrelación espacial para todos los datos se encuentra una autocorrelación espacial positiva casi perfecta de 0,815, teniendo en cuenta que los valores de la autocorrelación positiva va de 0 a 1; a diferencia cuando son divididos en las categorías bar y reservado, éstos pierden la concentración que se halló inicialmente. Lo que indica una interacción entre los establecimientos que permite identificar el patrón, la continuidad de éstos.

## 7.7. ANÁLISIS DE CERCANÍAS

Este análisis se desarrolló integrando las capas de unidades espaciales tanto de los lugares de transferencia sexual como de las vías principales para luego aplicar una herramienta de distancia euclidiana, la cual realizó diferentes rangos en metros para poder cuantificar que establecimientos están más cercanos a las vías como lo muestra el *mapa 6: Análisis de cercanías de lugares de transferencias sexuales a vías principales*.

**MAPA 6: ANÁLISIS DE CERCANÍAS DE LUGARES DE TRANSFERENCIAS SEXUALES A VÍAS PRINCIPALES**



Fuente: Elaboración propia

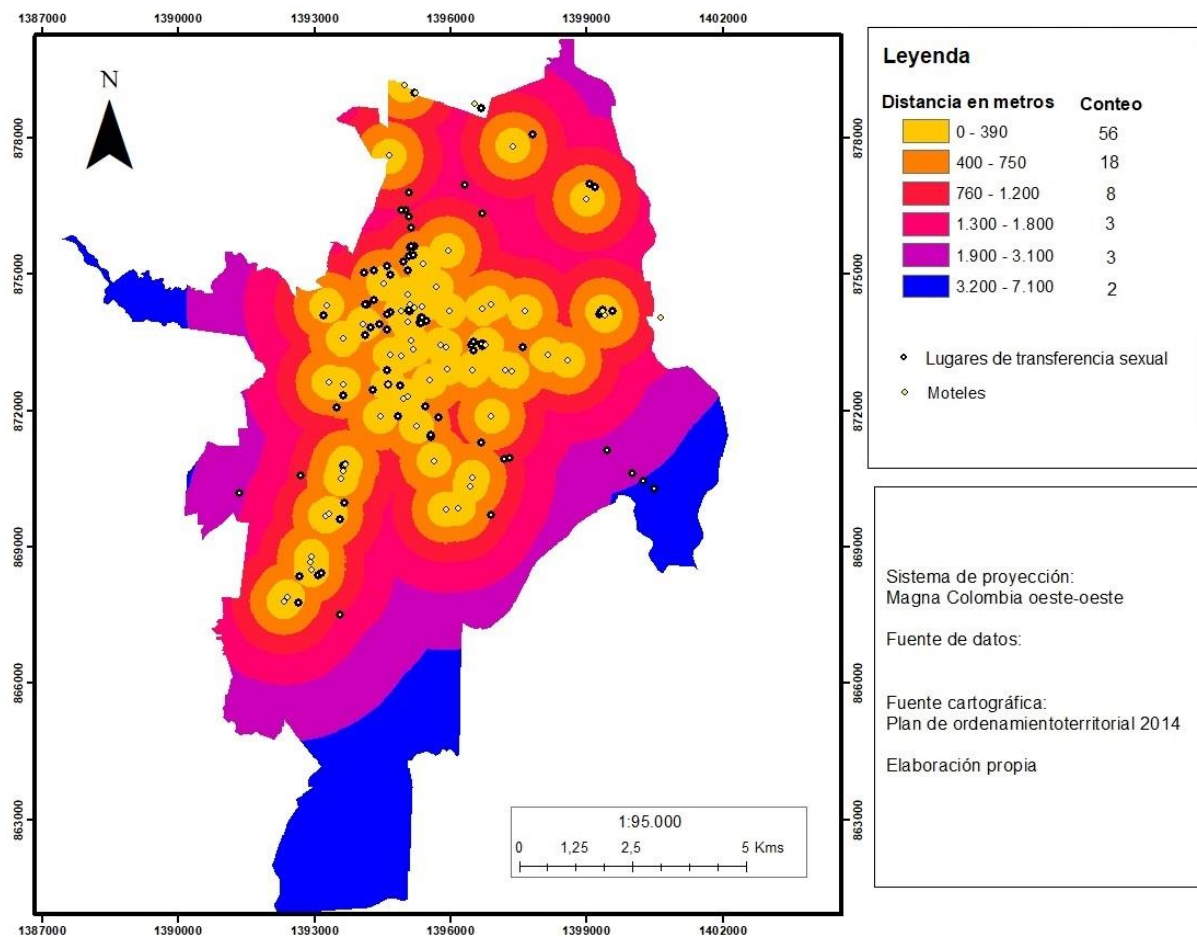
La distancia más cercana de un establecimiento a una vía principal está en el rango de 0 – 180 metros donde se encuentran 67 lugares; siendo el rango con más lugares, para el siguiente rango con valores de 190 – 420 se encuentran disponibles 14 establecimientos; para el rango de 430 – 750 se localizan 6 lugares y para finalizar el rango de 760 – 1.200 solo hay 3 establecimientos. Lo que indica que los establecimientos donde suceden las transferencias sexuales

mayoritariamente están cerca o sobre a una vía principal, pues entre más lejos estén los rangos menos lugares se encuentran.

### 7.7.1. Análisis de cercanías con moteles

Este análisis se desarrolló integrando las capas de unidades espaciales tanto de los lugares de transferencia sexual como la de los moteles. Estos se designaron como la infraestructura urbana complementaria a los servicios sexuales, debido a que, el establecimiento que se utiliza para la negociación del cuerpo en venta (prostíbulo) no debe haber habitaciones para una relación sexual, porque solo se concibe como un lugar comercial de licor y de compañía, así que, deben salir del lugar para usar otro tipo de establecimiento dispuesto para ello. El *Mapa 7: Análisis de cercanías de lugares de transferencias sexuales a moteles*, se realizó con la herramienta de distancia euclidiana que desarrolla diferentes rangos en metros, para poder cuantificar que establecimientos de transferencia sexual están más cercanos a los moteles.

**MAPA 7: ANÁLISIS DE CERCANÍAS DE LUGARES DE TRANSFERENCIAS SEXUALES A MOTELES**



Fuente: Elaboración propia

La distancia más cercana de un establecimiento donde se prestan servicios sexuales a un motel está en el rango de 0 – 390 metros donde se encuentran 56 lugares; siendo el rango que tiene más lugares de transferencia sexual por motel, para el siguiente rango con valores de 400 – 750 se encuentran disponibles 18 establecimientos; para el rango de 760 – 1.200 se localizan 8 lugares y para finalizar el rango de 1.300 en adelante solo se contabilizaron menos de 3 establecimientos alrededor de algún motel. Lo que indica, una concentración de infraestructuras urbanas relacionadas con los servicios sexuales. Dado que, los lugares donde se presenta la transferencia sexual, tienen a su alrededor varios moteles a su disposición; estos se concentran en el centro, pues es en ese espacio donde se ubica la concentración de prostíbulos.

## **8. CARACTERIZAR EL CONTEXTO TERRITORIAL DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

En este capítulo se desarrolla el objetivo que consiste en caracterizar el contexto territorial de los lugares de transferencia sexual, esto se hace a través de la herramienta de Street View, que busca principalmente conocer algunas de las características de los lugares donde se vende el cuerpo, aquí el lugar es el articulador de las variables, como lo son: imagen pública, paisaje, accesibilidad, usos del suelo y entorno. Puesto que cada lugar de transferencia sexual, de acuerdo a su ubicación y entorno posee características diferentes que hacen que la configuración espacial también cambie, además influye en la variabilidad en los precios para adquirir el cuerpo de una trabajadora sexual. En este sentido, se busca dar respuesta a la pregunta, ¿cuáles son las principales características de los lugares de transferencia sexual en Santiago de Cali?

### **8.1. CARACTERIZACIÓN DEL CONTEXTO TERRITORIAL DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

Caracterizar cómo están representados los lugares en donde se vende el cuerpo, además de todo lo que se encuentre a su alrededor, que se enmarca en su contexto territorial, es un tema importante a la hora de investigar sobre los distintos aspectos acerca del estudio del cuerpo como primer territorio, contenido en un lugar, que es configurado por el mismo. Estos cuerpos se encuentran contenidos dentro de unos establecimientos los cuales poseen unas características

particulares, en cuanto al uso del suelo, accesibilidad, paisaje, imagen pública y entorno. “En las ciudades la sociedad, sus individuos y grupos, desarrolla una obra cuyo sentido, si bien se basa en las construcciones estructurales, no parece estar predeterminado, parece más bien depender de cómo jueguen sus papeles los actores”<sup>34</sup>, es decir si bien el establecimiento, la estructura física, posee unas determinadas características, son los actores quienes configuran el contexto territorial otorgándole un significado o juicio de valor.

La prostitución al ser tan estigmatizada o que genera rechazo por gran parte de la sociedad, ha hecho que se creen unos imaginarios de los establecimientos en donde se vende el cuerpo, generalizando la forma de cómo están representados en la ciudad, se conciben como lugares de poca higiene, mal conocidos como “lugares de mala muerte”, pero en sí los lugares donde se vende el cuerpo de forma legal, “lugares que cumplen con todos los estándares de limpieza y pagan impuestos”, son lugares aseados y acogedores, según algunos consumidores. También hay lugares en donde se vende el cuerpo de forma ilegal, a partir de los cuales se generaliza las características que poseen estos establecimientos.

## **8.2. METODOLOGÍA**

### **8.2.1. Obtención de datos**

Los datos que se utilizaron son de tipo secundario como: los shapes de los estratos socioeconómicos que fueron descargados del portal de Planeación Municipal de Santiago de Cali y la información recogida de los establecimientos fue realizada a través de la herramienta de Street View.

### **8.2.2. Manejo de datos**

Para el contexto espacial se seleccionó una muestra representativa de 18 lugares equivalentes al 20% del total de los lugares en la ciudad de Cali, el criterio de selección de la muestra fue el peso porcentual según los lugares clasificados en la tabla 2.

---

<sup>34</sup> PÍREZ, Pedro. Actores sociales y gestión de la ciudad. En: Ciudades, 1995. vol. 28, p. 8.

**TABLA 2: PESO PORCENTUAL DE LAS TRANSFERENCIAL SEXUALES**

| <b>Categoría</b>  | <b>Total</b> | <b>Muestra</b> | <b>Porcentaje de muestra</b> |
|-------------------|--------------|----------------|------------------------------|
| <b>Reservados</b> | 22           | 4              | 18                           |
| <b>Bar</b>        | 68           | 14             | 21                           |
| <b>Total</b>      | 90           | 18             | 20                           |

Fuente: Rodríguez & Duque, 2017.

También optamos por realizar la fórmula de población finita (ver *figura 3: población finita*).

**FIGURA 3: POBLACIÓN FINITA**

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

Donde:

- N = Total de la población
- Z<sub>α</sub>= Valor correspondiente a la distribución de Gauss
- p = proporción esperada (en este caso 5% = 0.05)
- q = 1 – p (en este caso 1-0.05 = 0.95)
- d = precisión (error que prevé cometer)

Fuente: Murray & Larry, 2009.

Dando como resultado:

$$n = \frac{90 * (2,7060) * 0,1 * 0,9}{(0,12 * 89) + 2,7060 * 0,1 * 0,9} = \frac{21,9186}{1.20474} = 18,19$$

Para la obtención de información a través de la herramienta de Street View se diseñó un instrumento de observación semiestructurado (Hernandez, 2014), concentrando las variables de: uso del suelo, accesibilidad, paisaje, imagen pública y entorno, definidas por criterios de subjetividad para la caracterización del contexto territorial de los lugares; ver *figura 4: Lugar como eje articulador de las variables*.

**FIGURA 4: LUGAR COMO EJE ARTICULADOR DE LAS VARIABLES**



Fuente: Rodríguez & Duque, 2017.

### 8.2.3. Instrumento de observación en los lugares de transferencia sexual

Se clasificó la información del instrumento de observación para realizar el levantamiento de información con la ayuda de Streew View a través de la creación matrices de datos cualitativos y cuantitativos, como se observa en la *tabla 3: Indicadores por variables establecidas*.

**TABLA 3: INDICADORES POR VARIABLES ESTABLECIDAS**

| <b>Paisaje</b> | <b>Imagen publica</b> | <b>Accesibilidad</b> | <b>Entorno</b>      | <b>Usos del suelo</b> |
|----------------|-----------------------|----------------------|---------------------|-----------------------|
| Fachada        | Saneamiento           | Vías                 | Actividad económica | Estrato               |
| Visibilidad    |                       | Parqueo              |                     | Áreas de actividad    |
| Emplazamiento  |                       |                      |                     |                       |

Fuente: Rodríguez & Duque, 2017

### 8.3. DATOS CUALITATIVOS

Para el manejo de estos datos se registraron las características y descripciones de los lugares de las siguientes variables: el paisaje se manejó con la fachada, la visibilidad y el emplazamiento y para la imagen pública el saneamiento.

### 8.4. DATOS CUANTITATIVOS

Para el manejo de los datos cuantitativos se realizaron diferentes escalas para medir la frecuencia o presencia del indicador de las variables, algunas se manejaron como sí y no, para

el caso de accesibilidad en el indicador vías se manejó como vías principales, local, colectora y secundaria; la variable de parqueo se manejó como fácil y nulo; la variable de usos del suelo utilizó la escala de acuerdo a las áreas de actividades establecidas en el POT 2014, como industrial, residencial, dotacional y mixta; y la variable de entorno se manejó con los indicadores de parqueaderos, restaurantes, talleres, moteles y panaderías.

#### **8.4.1. Observación como método de investigación**

La observación es una técnica fundamental para el proceso de investigación, en la cual Bunge<sup>35</sup>, plantea cinco elementos para el desarrollo de la observación, que son; el observador, el objeto de la observación, las circunstancias de la observación, los medios de la observación, y cuerpo de conocimiento, a partir de esto para el trabajo se presentan dos tipos de observación, cualitativa y cuantitativa.

#### **8.4.2. Observación cuantitativa y cualitativa**

Es un método de obtención de información que consiste en registros sistemáticos y validables, además es objetiva y tiene un carácter confirmatorio, inferencial y deductivo, que se procederá a utilizarse en establecimientos seleccionados, para contrastar lo que se observe en la herramienta de Street View de la aplicación Google Earth. En cambio, la observación cualitativa es subjetiva, con carácter exploratorio, inductivo y descriptivo (Pita & Pétergas, 2002), lo que se hará en la observación a través de Street View.

#### **8.4.3. Técnica de observación a través de Street View**

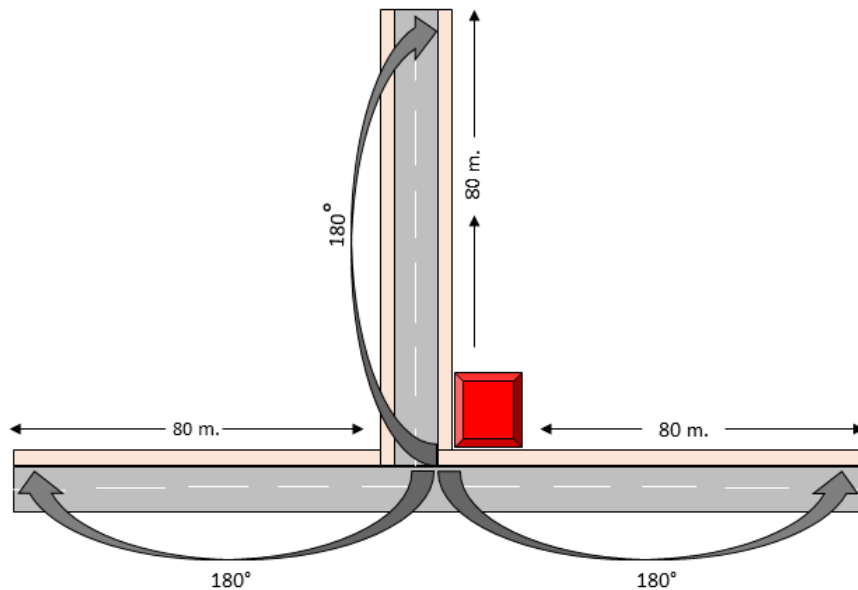
Para realizar la observación a través de la herramienta de Street View se elaboró dos esquemas que colaboraron con ello, los cuales se clasifican de acuerdo a la ubicación de los establecimientos escogidos, si el establecimiento está ubicado en la esquina de la calle se analizó en la forma que está representado en la *figura 5: Técnica de observación 1*, y si el lugar está en medio de la calle se logró observar cómo lo muestra la *figura 6: Técnica de observación 2*. Se debe tener en cuenta que, la forma de observar fue de 180°, o sea, en línea recta sin dar

---

<sup>35</sup> BUNGE, Mario. La ciencia. Su método y su filosofía, 3 Ed. Santafé de Bogotá, Panamericana.1996, 791p.

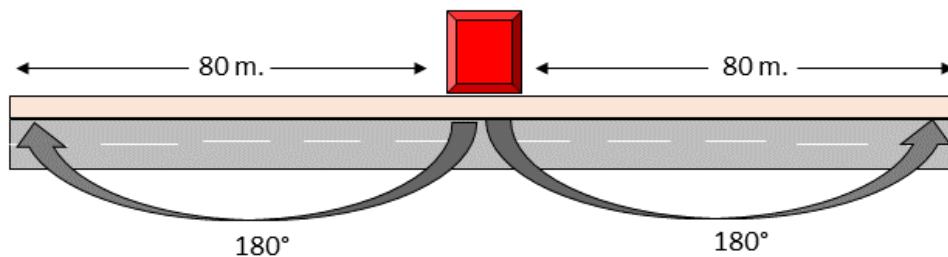
la vuelta a la calle de atrás o delante que se encontrara alrededor del establecimiento de estudio; con una distancia de 80 metros alrededor del lugar donde se ejerce la transferencia sexual.

FIGURA 5: TÉCNICA DE OBSERVACIÓN 1



Fuente: Elaboración propia

FIGURA 6: TÉCNICA DE OBSERVACIÓN 2



Fuente: Elaboración propia

#### 8.4.4. Definición de las variables utilizadas

##### 8.4.4.1. Usos del suelo

Según la ley 388 de 1997 en su artículo 31 establece que: “Se constituyen el suelo urbano, las áreas del territorio distrital o municipal destinadas a usos urbanos por el plan de ordenamiento, que cuenten con infraestructura vial y redes primarias de energía, acueducto y alcantarillado, posibilitando su urbanización y edificación, según sea el caso. Podrán pertenecer a esta

categoría aquellas zonas con procesos de urbanización incompletos, comprendidos en áreas consolidadas con edificación, que se definan como áreas de mejoramiento integral en los planes de ordenamiento territorial” (Congreso de la República, 1997, ley 388: Art 31). De acuerdo con el documento soporte del POT 2014 (Plan de Ordenamiento Territorial) para Santiago de Cali, establece como concepto: "El uso del suelo corresponde a las actividades específicas que se pueden desarrollar en un predio en el marco del modelo de ordenamiento establecido en el presente Plan. Están condicionados por la delimitación de las áreas de actividad y los elementos estratégicos de la estructura socioeconómica, para los cuales se define una vocación conforme a criterios de localización y clasificación de usos compatibles y complementarios que permita una mezcla adecuada de los mismos" (Alcaldía Santiago de Cali, POT 2014). El tipo de uso o área de actividad, corresponden a la caracterización que se da a una zona, donde se autoriza, condiciona o prohíben determinadas actividades.

En este sentido las áreas de actividad se definen "como áreas del suelo con condiciones socio-económicas similares, y se caracterizan por el predominio de un uso determinado del suelo en función del cual se reglamentan y definen los usos complementarios permitidos, y la intensidad para su aprovechamiento"<sup>36</sup>, las áreas de actividad generalizadas que establece el documento soporte del POT son: área de actividad residencial neta, área de actividad residencial predominante, área de actividad mixta y área de actividad industrial. Por otra parte, en el mismo uso del suelo se encuentra inmerso el estrato socioeconómico como factor determinante para la ocupación de un lugar determinado.

#### **8.4.4.2. Accesibilidad**

Este término es muy importante a la hora de caracterizar el contexto de las transferencias sexuales en Santiago de Cali dado que un lugar de este tipo ya sea reservado o bar, tiene que estar ubicado en un lugar de fácil acceso, así a los consumidores se les hará más fácil llegar, además el tema de accesibilidad visto desde la llegada y permanencia de los clientes implica que si llegan en vehículo particular tengan acceso a un lugar cercano en donde dejar sus vehículos.

La accesibilidad como concepto o definición presenta múltiples facetas e interpretaciones y significados específicos en distintos contextos, primero, según la Real Academia de la Lengua

---

<sup>36</sup> ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI. Plan de ordenamiento territorial. [en línea]. 2014. [http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/106497/pot\\_2014\\_idesc/](http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/106497/pot_2014_idesc/). [citado el 15/04/2018]. p. 1040.

Española (2017) la define como “cualidad de accesible” y si se tiene o no la facilidad de acceso. Segundo, generalmente se entiende como el nivel que puede tener un individuo para acceder a un lugar o servicios. Otro concepto, “la accesibilidad es una característica básica del entorno construido, es la condición que posibilita el llegar, entrar, salir y utilizar las casas, tiendas, teatros, los parques, y lugares de trabajo. La accesibilidad permite a las personas participar en las actividades sociales y económicas”<sup>37</sup>.

"Desde la normatividad establecida por la administración pública es entendida para la mejora de la calidad de vida de sus habitantes, pero el concepto es mucho más complejo desde una perspectiva geográfica por las fuertes relaciones económicas, sociales y culturales del territorio. Dicho de otro modo, el concepto de accesibilidad se aborda desde diferentes indicadores: vías, tránsito vehicular, y vinculación con medios de transporte público e ingreso al sitio"<sup>38</sup>

De acuerdo con lo mencionado el primer indicador son las vías, que hacen referencia a la red vial existente en Santiago de Cali, según el POT 2014 las vías existentes son: Vías Arterias, Vías Arterias Principales - (VAP), Vías Arterias Secundarias - (VAS), Vías Colectoras- (VC), Vías Locales - (VL), Vías Peatonales - (VP), Ciclo-vías- (C), y Vías Marginales. Otro indicador es el parqueo que se refiere a la capacidad que pueda tener el lugar de transferencia sexual para albergar vehículos estacionados en su zona de parqueo, se considera como parqueo fácil si hay una zona de parqueo en las cercanías o en el lugar, y como el parqueo nulo corresponde a zonas donde, el consumidor debe recorrer largas distancias para acceder a un parqueadero.

#### **8.4.4.3. Entorno**

De acuerdo con la Real Academia Española (2017), entorno se define como "aquello que rodea a algo o alguien", en este caso hace referencia a las actividades económicas que rodean los lugares de transferencia sexual. Esta categoría tiene como propósito visibilizar toda la actividad económica que está a los alrededores de los lugares de transferencia sexual, teniendo en cuenta que la herramienta de observación utilizada fue Streew View. Se puede observar que el entorno

---

<sup>37</sup> LÓPEZ, Fernando. La accesibilidad en evolución: La adaptación persona entorno y su aplicación al medio residencial en España y Europa. Tesis doctoral, Barcelona. Departament de Dret Public i Ciències Historicojurídiques, Univesitat Autònoma de Barcelona. 2016. p. 24.

<sup>38</sup> RODRIGUEZ, German & DUQUE, Absi. Análisis de la dinámica espacial de los lugares de encuentro sexual de la población de hombres que tienen sexo con hombres en Santiago de Cali. Trabajo de grado Geógrafo. Santiago de Cali: Universidad del Valle. Facultad de Humanidades. Departamento de Geografía, 2017. p. 60.

de los lugares de transferencia sexual corresponde a actividades económicas como parqueaderos, panaderías, restaurantes, moteles y talleres.

#### **8.4.4.4. Paisaje**

Esta categoría es tomada como todo lo que rodea los lugares de transferencia sexual, “el paisaje es una zona o unidad de territorio más o menos bien definida, pero que varía en función de quien lo mira y del lugar de observación, pero sobre todo de las representaciones que comparte con los miembros de la cultura a la que pertenece”<sup>39</sup>. En este contexto el paisaje es visto como aquello que configura la forma de cómo están representados los lugares, y como se modifican en la construcción y visibilización en la ciudad. Esta categoría es desarrollada a partir de tres indicadores que se desarrollan a continuación.

1. **Fachada:** este término se utiliza para referirse a la apariencia y aspecto externo de una edificación (casa, apartamento, edificio, establecimiento comercial).
2. **Visibilidad:** se utiliza para referirse cómo están las direcciones de los lugares de transferencia sexual, cuándo son reservados, si son claras, y cuándo son bares si cuentan con un letrero llamativo para ser encontrado fácilmente.
3. **Emplazamiento:** entendido como concepto que hace referencia a la ubicación del lugar de transferencia sexual, si se encuentra a mitad, esquina o algún lugar estratégico de la cuadra o calle.

#### **8.4.4.5. Imagen publica**

La imagen pública según Kevin Lynch (1960) “Son representaciones mentales comunes que hay en el conjunto de una ciudad, zona o localidad”, para la investigación es entendida o hace referencia al aspecto en cuanto a saneamiento de las afueras del lugar, si no hay escombros o cualquier tipo de basura que haga que el lugar no sea llamativo y los consumidores lleguen al lugar, pero no entren por el aspecto que del lugar debido a que la imagen puede cambiar ocasionalmente de tipo si las circunstancias de su visión son diferentes. Dado que la imagen pública es la apariencia de algo, un lugar donde se venda el cuerpo no se vería bien si en sus cercanías hay basuras o escombros constantes que obstaculicen el paso de los clientes, además que den un aspecto de sucio.

---

<sup>39</sup> MUNÁRRIZ, Luis Álvarez. La categoría del paisaje cultural. AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana, 2011. vol. 6, no 1, p. 59.

## **8.5. RESULTADOS: CARACTERIZAR EL CONTEXTO TERRITORIAL DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

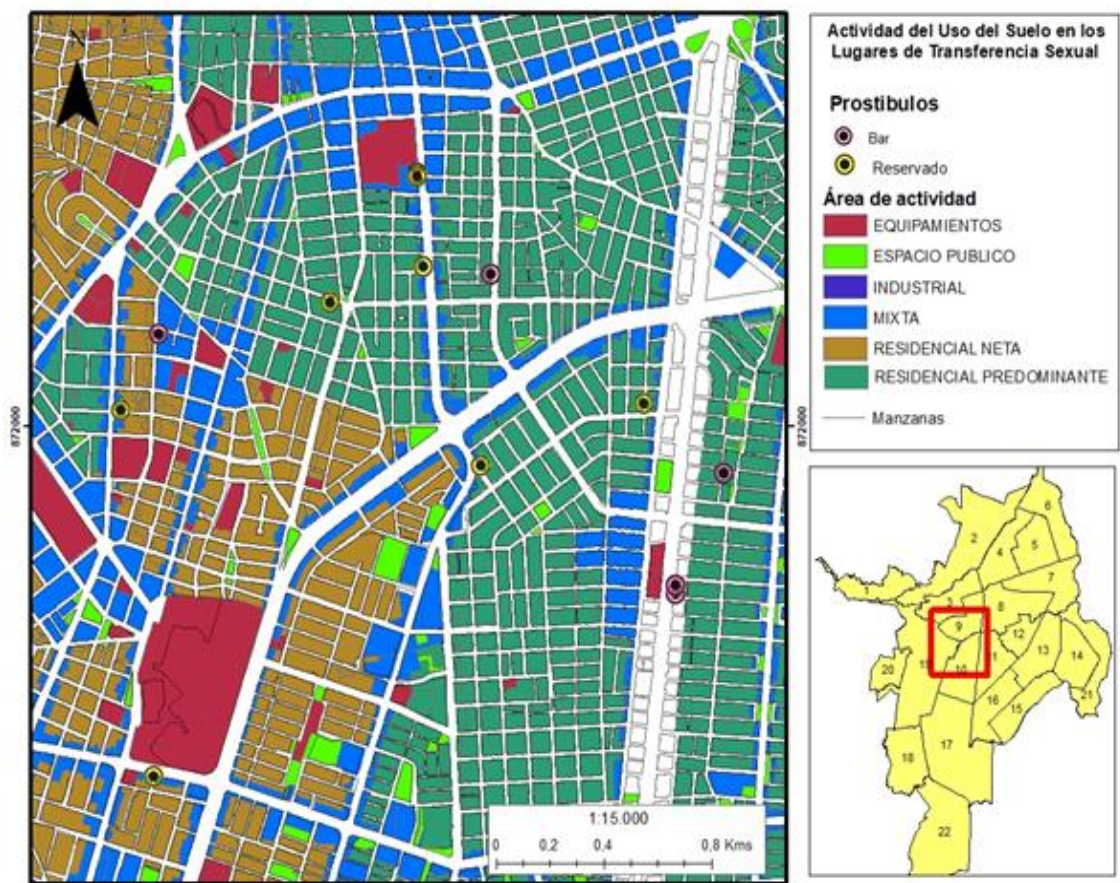
Los resultados de este objetivo permiten dar cuenta de cómo se encuentra el contexto territorial de los lugares de transferencia sexual en cuanto a su entorno, su paisaje, accesibilidad, imagen pública y usos del suelo, permiten llegar de características particulares a generales.

### **8.5.1. Usos del suelo**

Se seleccionaron seis tipos de áreas de actividad para el uso del suelo: equipamientos, residencial neta, residencial predominante, espacio público, mixta e industrial, cabe aclarar que este procedimiento se realizó con el total de los establecimientos de transferencia sexual para Santiago de Cali los cuales son 90 establecimientos que se dividen en bares y reservados.

El uso del suelo en los lugares de transferencia sexual se realizó por zonas, norte (ver Mapa 8: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona norte), sur (ver Mapa 9: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona sur), centro (ver Mapa 8: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona centro 1 y Mapa 12: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona centro 2), oriente (ver Mapa 10: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona oriente 1 y Mapa 14: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona oriente 2), y oeste (ver Mapa 11: Localización de los lugares de transferencia sexual en actividades de uso zona oeste), para que de esta manera se pueda visibilizar claramente en qué tipo de suelo se encuentran, igualmente hacer su conteo como se observa en la tabla 4 hasta la tabla 10, debido a que la cantidad de lugares de transferencia sexual que se encuentran en la ciudad es numerosa, con un total de 90 establecimientos. Cabe aclarar que la zona centro y oriente se divide en dos, porque en estas zonas es donde hay mayor concentración de este tipo de establecimientos.

**MAPA 8: LOCALIZACIÓN DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL EN ACTIVIDADES DE USO ZONA CENTRO 1**



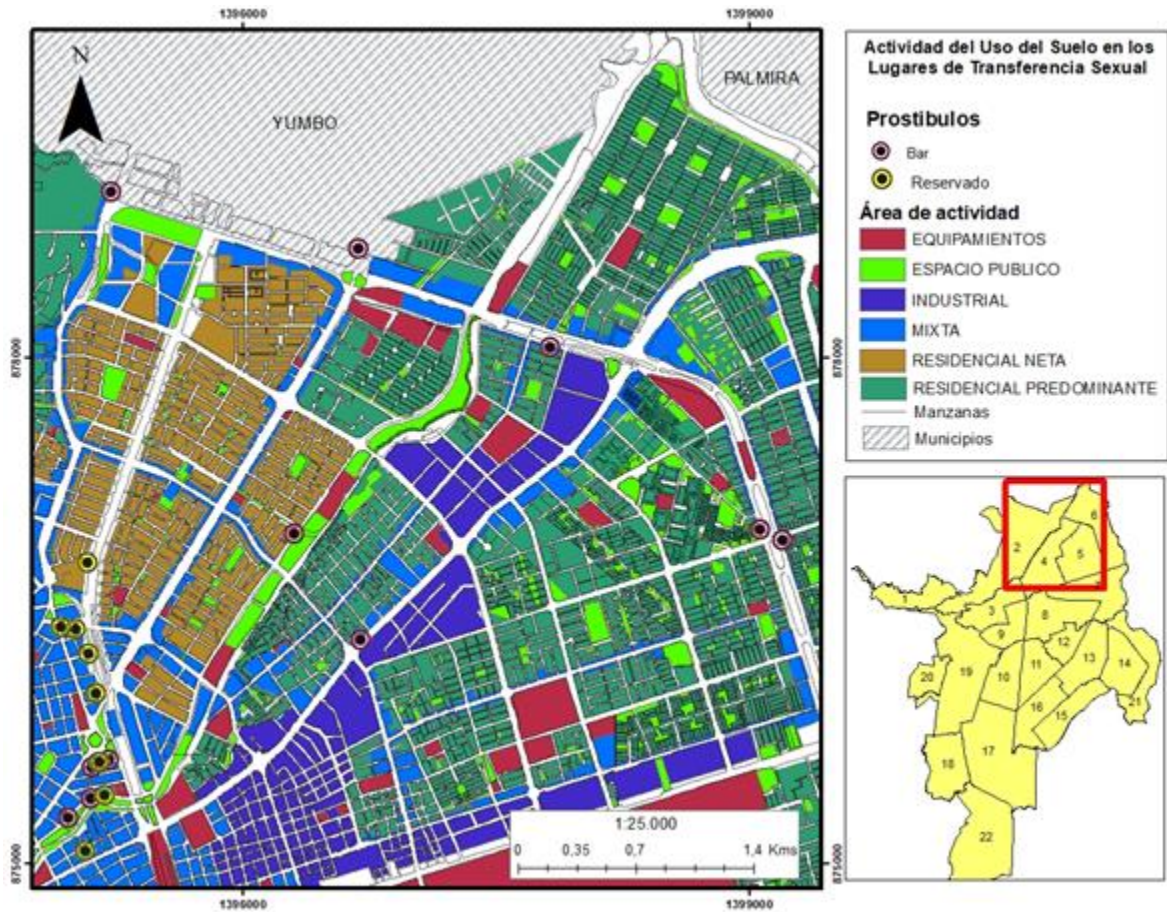
Fuente: Elaboración propia

**TABLA 4: NÚMERO DE LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL POR USO CENTRO 1**

| Uso                      | Bar | Reservado |
|--------------------------|-----|-----------|
| Equipamientos            | 0   | 0         |
| Espacio público          | 0   | 0         |
| Industrial               | 0   | 0         |
| Mixta                    | 1   | 4         |
| Residencial neta         | 0   | 0         |
| Residencial predominante | 4   | 3         |

Fuente: Elaboración propia

**MAPA 9: LOCALIZACIÓN DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL EN ACTIVIDADES DE USO ZONA NORTE**



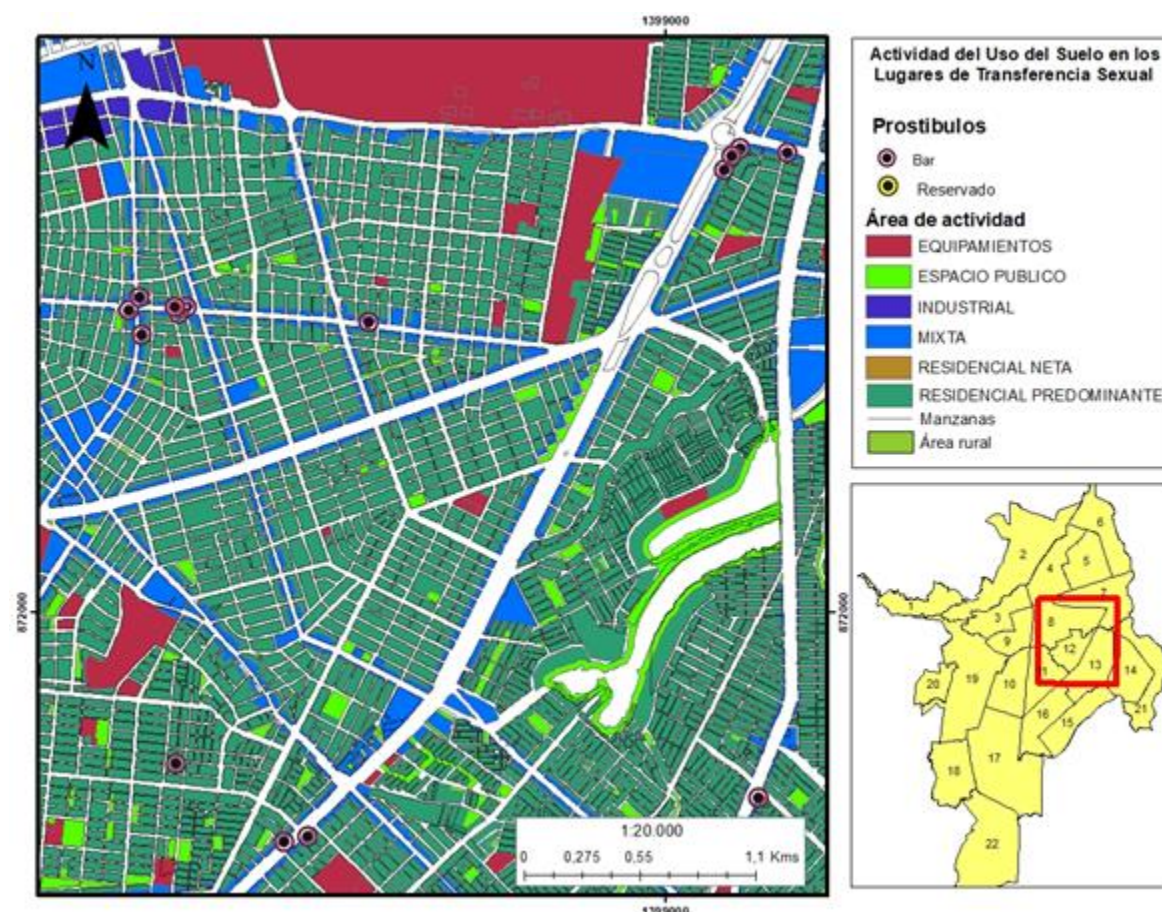
Fuente: Elaboración propia

**TABLA 5: NÚMERO DE LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL POR USO ZONA NORTE**

| Uso                      | Bar | Reservado |
|--------------------------|-----|-----------|
| Equipamientos            | 0   | 0         |
| Espacio publico          | 0   | 0         |
| Industrial               | 0   | 0         |
| Mixta                    | 6   | 7         |
| Residencial neta         | 0   | 1         |
| Residencial predominante | 5   | 0         |

Fuente: Elaboración propia

**MAPA 10: LOCALIZACIÓN DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL EN ACTIVIDADES DE USO ZONA ORIENTE 1**



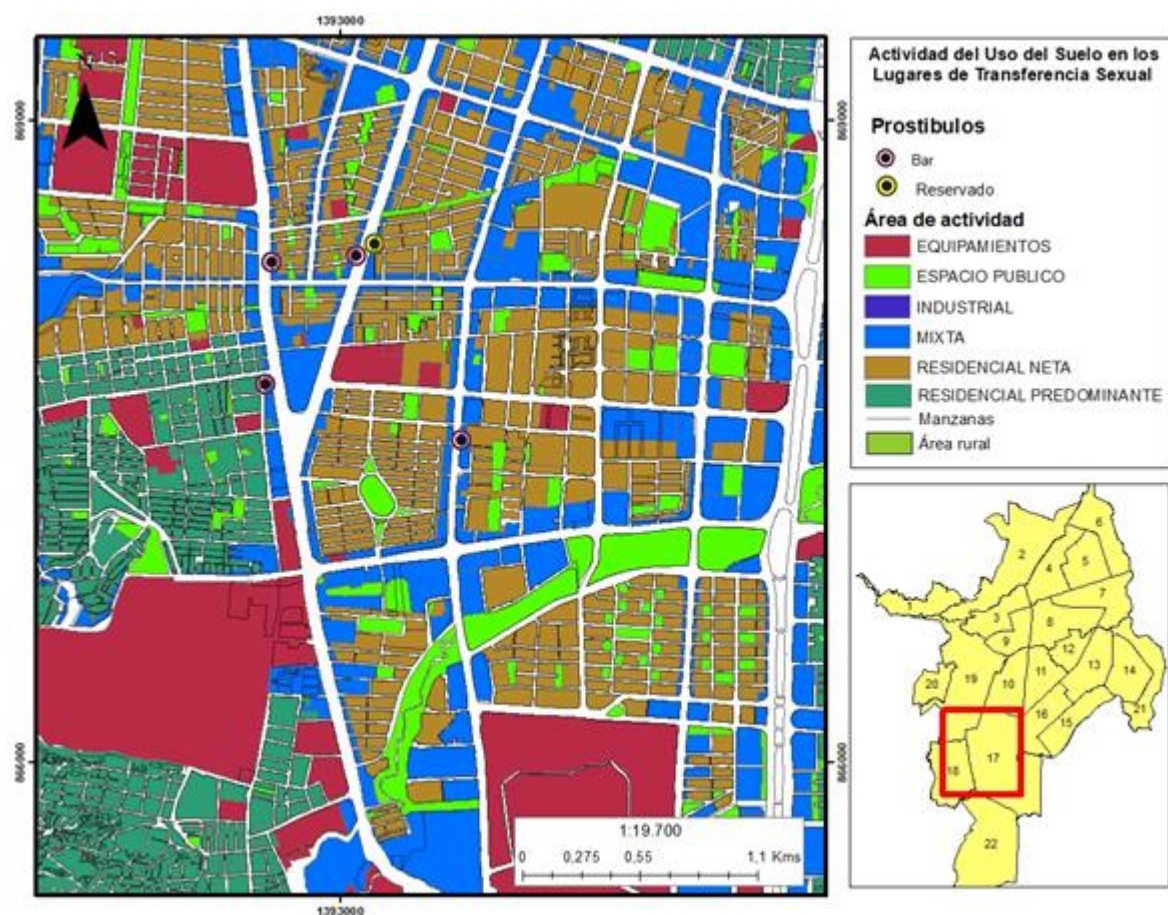
Fuente: Elaboración propia

**TABLA 6: NÚMERO DE LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL POR USO ZONA ORIENTE 1**

| Uso                      | Bar | Reservado |
|--------------------------|-----|-----------|
| Equipamientos            | 0   | 0         |
| Espacio publico          | 0   | 0         |
| Industrial               | 0   | 0         |
| Mixta                    | 15  | 0         |
| Residencial neta         | 0   | 0         |
| Residencial predominante | 2   | 0         |

Fuente: Elaboración propia

**MAPA 11: LOCALIZACIÓN DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL EN ACTIVIDADES DE USO ZONA SUR**



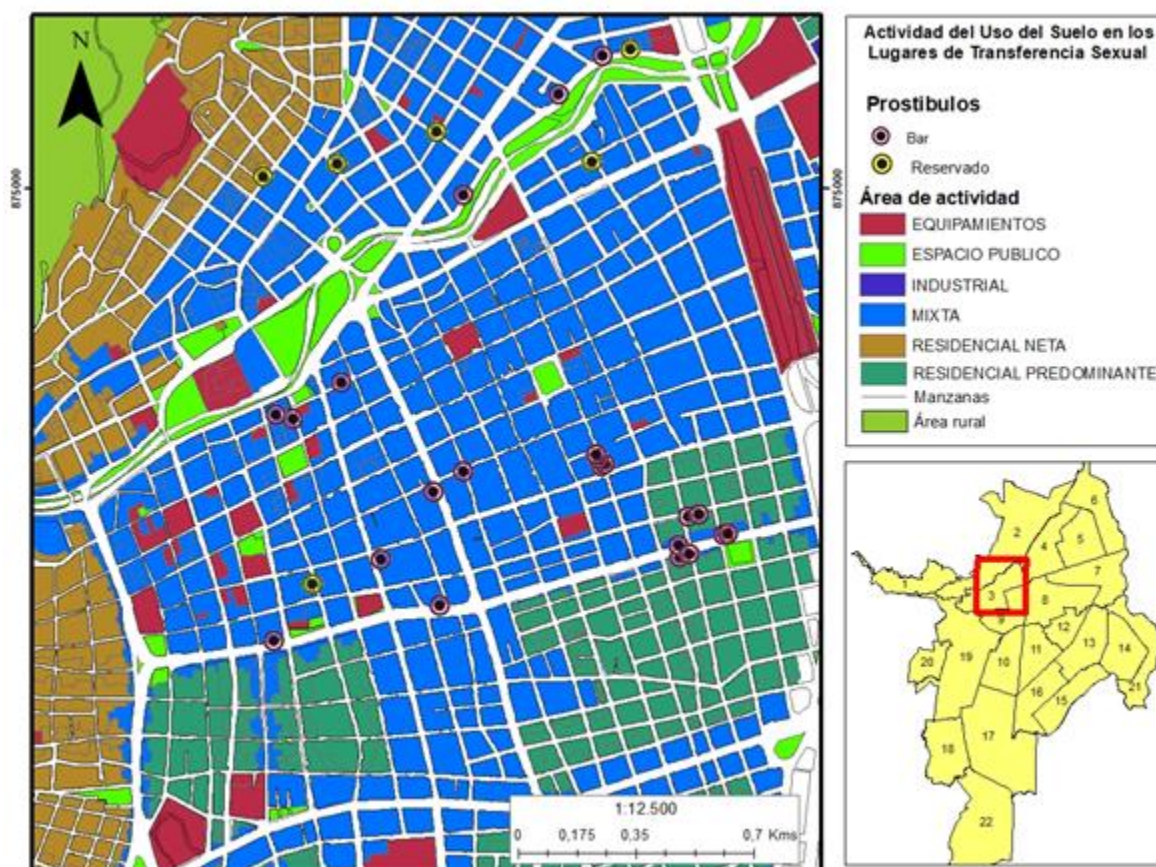
Fuente: Elaboración propia

**TABLA 7: NÚMERO DE LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL POR USO ZONA SUR**

| Uso                      | Bar | Reservado |
|--------------------------|-----|-----------|
| Equipamientos            | 0   | 0         |
| Espacio publico          | 0   | 0         |
| Industrial               | 0   | 0         |
| Mixta                    | 4   | 0         |
| Residencial neta         | 0   | 1         |
| Residencial predominante | 0   | 0         |

Fuente: Elaboración propia

**MAPA 12: LOCALIZACIÓN DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL EN ACTIVIDADES DE USO ZONA CENTRO 2**



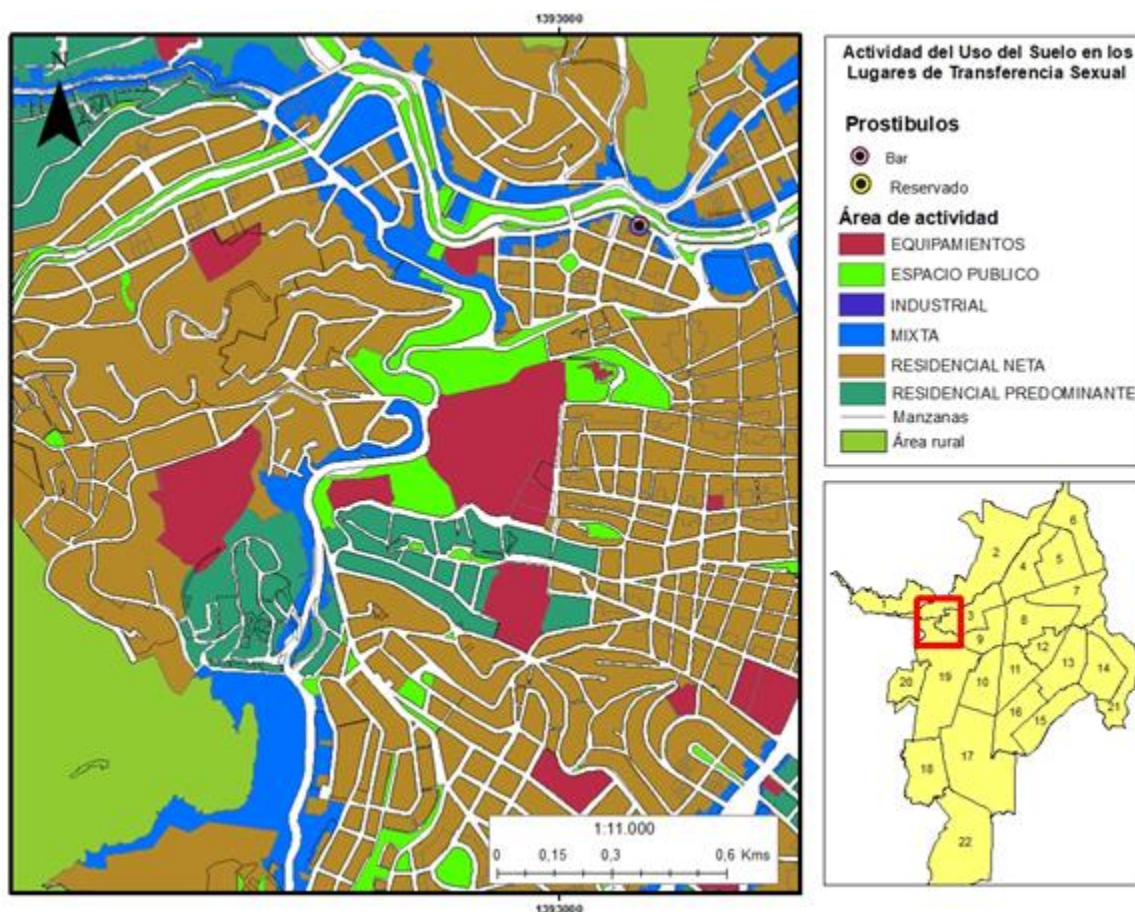
Fuente: Elaboración propia

**TABLA 8: NÚMERO DE LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL POR USO ZONA CENTRO 2**

| Uso                      | Bar | Reservado |
|--------------------------|-----|-----------|
| Equipamientos            | 0   | 0         |
| Espacio publico          | 0   | 0         |
| Industrial               | 0   | 0         |
| Mixta                    | 15  | 5         |
| Residencial neta         | 0   | 1         |
| Residencial predominante | 7   | 0         |

Fuente: Elaboración propia

**MAPA 13: LOCALIZACIÓN DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL EN ACTIVIDADES DE USO ZONA OESTE**



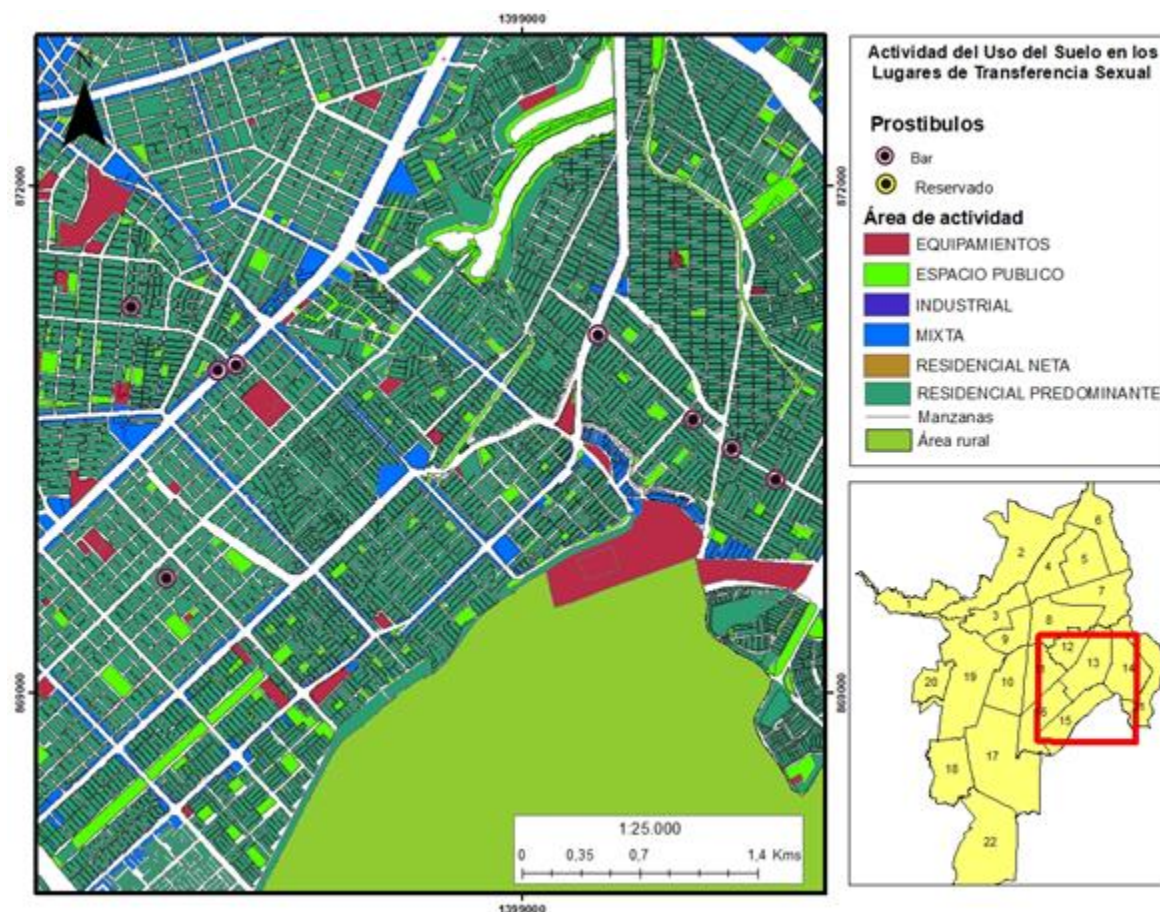
Fuente: Elaboración propia

**TABLA 9: NÚMERO DE LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL POR USO ZONA OESTE**

| Uso                      | Bar | Reservado |
|--------------------------|-----|-----------|
| Equipamientos            | 0   | 0         |
| Espacio publico          | 0   | 0         |
| Industrial               | 0   | 0         |
| Mixta                    | 0   | 0         |
| Residencial neta         | 1   | 0         |
| Residencial predominante |     | 0         |

Fuente: Elaboración propia

**MAPA 14: LOCALIZACIÓN DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL EN ACTIVIDADES DE USO ZONA ORIENTE 2**



Fuente: Elaboración propia

**TABLA 10: NÚMERO DE LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL POR USO ZONA ORIENTE 2**

| Uso                             | Bar | Reservado |
|---------------------------------|-----|-----------|
| <b>Equipamientos</b>            | 0   | 0         |
| <b>Espacio publico</b>          | 0   | 0         |
| <b>Industrial</b>               | 0   | 0         |
| <b>Mixta</b>                    | 0   | 0         |
| <b>Residencial neta</b>         | 0   | 0         |
| <b>Residencial predominante</b> | 8   | 0         |

Fuente: Elaboración propia

A partir del uso del suelo del total de los lugares se pudo identificar que la mayoría de los establecimientos, tanto bares como reservados, se encuentran en zonas de uso mixto, como se observa en la *Tabla 11: número total de lugares de transferencia sexual por uso del suelo*.

**TABLA 11: NÚMERO TOTAL DE LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL POR USO DEL SUELO**

| <b>Uso</b>                      | <b>Bar</b> | <b>Reservado</b> |
|---------------------------------|------------|------------------|
| <b>Equipamientos</b>            | 0          | 0                |
| <b>Espacio publico</b>          | 0          | 0                |
| <b>Industrial</b>               | 0          | 0                |
| <b>Mixta</b>                    | 41         | 16               |
| <b>Residencial neta</b>         | 1          | 3                |
| <b>Residencial predominante</b> | 26         | 3                |
| <b>Total</b>                    | 68         | 22               |

Fuente: Elaboración propia

### **8.5.2. Usos del suelo urbano para la muestra**

Como se mencionó anteriormente, se trabajó sobre una muestra representativa de los lugares de transferencia sexual cuatro reservados y 14 bares, los cuales se seleccionaron de acuerdo al peso porcentual para un total de dieciocho establecimientos (*ver Tabla 2: Peso porcentual de las transferencial sexuales*) los cuales se van a analizar de acuerdo a las variables descritas (entorno, imagen pública, paisaje, usos del suelo, accesibilidad). *Ver tabla 12: transferencias sexuales en áreas de actividad según su uso del suelo en Santiago de Cali.*

**TABA 12: TRANSFERENCIAS SEXUALES EN ÁREAS DE ACTIVIDAD SEGÚN SU USO DEL SUELO EN SANTIAGO DE CALI**

| Categoría              | Nombre del lugar   | Actividad uso del suelo |             |
|------------------------|--------------------|-------------------------|-------------|
|                        |                    | Mixta                   | Residencial |
| Reservados             | Establecimiento 1  | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 2  |                         | 1           |
|                        | Establecimiento 3  | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 4  | 1                       |             |
| Bar                    | Establecimiento 5  | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 6  | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 7  | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 8  | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 9  | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 10 | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 11 | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 12 | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 13 | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 14 | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 15 | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 16 | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 17 | 1                       |             |
|                        | Establecimiento 18 | 1                       |             |
| Ponderación porcentual |                    | 94%                     | 6%          |

Fuente: Rodríguez & Duque, 2017

En la tabla anterior (*tabla 12: transferencias sexuales en áreas de actividad según su uso del suelo en Santiago de Cali*) se representan los lugares de transferencia sexual de la muestra porcentual, en donde el 94% de los establecimientos se encuentran en áreas mixtas, y el 6% se encuentra en área residencial, de allí que el comercio que gira en torno a estos lugares, es tan variado, pues al estar en zonas mixtas el comercio es mayor.

### 8.5.3. Accesibilidad

La accesibilidad la componen dos indicadores que son vías y parqueo, los lugares tanto bares como reservados tienen una accesibilidad alta porque se encuentran cerca de vías principales, lo que hace que el acceso a los lugares sea fácil.

### 8.5.4. Vías

**TABLA 13: PRESENCIA DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL SOBRE LAS VÍAS DE SANTIAGO DE CALI**

| Nombre del lugar              | Vías      |            |       |           |
|-------------------------------|-----------|------------|-------|-----------|
|                               | Principal | Secundaria | Local | Colectora |
| Establecimiento 1             |           | 1          |       |           |
| Establecimiento 2             | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 3             |           |            |       | 1         |
| Establecimiento 4             |           |            | 1     |           |
| Establecimiento 5             | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 6             | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 7             |           | 1          |       |           |
| Establecimiento 8             |           |            | 1     |           |
| Establecimiento 9             |           |            | 1     |           |
| Establecimiento 10            | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 11            | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 12            | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 13            | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 14            | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 15            | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 16            |           |            |       | 1         |
| Establecimiento 17            | 1         |            |       |           |
| Establecimiento 18            | 1         |            |       |           |
| <b>Ponderación porcentual</b> | 61%       | 11%        | 17%   | 11%       |
| <b>Total</b>                  | 11        | 2          | 3     | 2         |

Fuente: Elaboración Propia

La mayoría de los establecimientos se encuentran cerca de vías principales (Ver tabla 13: presencia de los lugares de transferencia sexual sobre las vías de Santiago de Cali), lo que indica que la accesibilidad a los lugares de transferencia sexual es alta, es decir que el patrón

de localización de estos lugares está sobre vías principales con un porcentaje del 61%, esto se deduce a una estrategia de comercialización del cuerpo, se ubican en vías principales para que sean más fáciles de encontrar o que los clientes que van por primera vez no tarden en llegar y haya una vía conocida de referencia.

### 8.5.5. Parqueo

Este indicador que hace parte de la accesibilidad se midió como fácil y nulo obteniendo que los lugares de transferencia sexual, en su mayoría no tienen accesibilidad a un parqueadero cerca ver *tabla 14: acceso a parqueo de los lugares de transferencia sexual*, es decir el parqueo para la muestra escogida en su mayoría es nulo, los clientes buscan comodidad y seguridad, tanto para ellos como para su vehículo o moto, si es que llegan en transporte particular. Por lo tanto, tienen que buscar un parqueadero que no esté cerca del lugar de transferencia sexual u optar por ir a otro lugar.

**TABLA 14: ACCESO A PARQUEO DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

| Nombre del lugar   | Parqueo |      |
|--------------------|---------|------|
|                    | Fácil   | Nulo |
| Establecimiento 1  | 1       |      |
| Establecimiento 2  |         | 1    |
| Establecimiento 3  | 1       |      |
| Establecimiento 4  |         | 1    |
| Establecimiento 5  |         | 1    |
| Establecimiento 6  |         | 1    |
| Establecimiento 7  |         | 1    |
| Establecimiento 8  |         | 1    |
| Establecimiento 9  |         | 1    |
| Establecimiento 10 | 1       |      |
| Establecimiento 11 |         | 1    |
| Establecimiento 12 | 1       |      |
| Establecimiento 13 | 1       |      |
| Establecimiento 14 |         | 1    |
| Establecimiento 15 | 1       |      |

|                               |     |     |
|-------------------------------|-----|-----|
| Establecimiento 16            | 1   |     |
| Establecimiento 17            | 1   |     |
| Establecimiento 18            |     | 1   |
| <b>Ponderación porcentual</b> | 44% | 56% |
| <b>Total</b>                  | 8   | 10  |

Fuente: Elaboración propia

#### 8.5.6. Entorno

El entorno hace referencia a toda la actividad económica que gira alrededor de los lugares de transferencia sexual, en este caso se tiene como indicadores restaurantes, panaderías, moteles y talleres, obteniendo como característica predominante que cerca de los lugares de transferencias sexuales, ya sean bares o reservados, hay una panadería o restaurante cerca, ya sea como punto de referencia o como punto de encuentro. Se identificó que alrededor de los lugares de transferencia sexual se localizan en un 72% restaurantes y panaderías en un 61%, como los menos predominantes son los moteles y talleres con un 28% (*ver Tabla 15: ponderación porcentual por actividad económica alrededor de los lugares de transferencia sexual*). A pesar de que, en el objetivo anterior se observó que los moteles sí se encuentran cerca a estos establecimientos, se debe tener en cuenta que, no hay ningún motel a 80 m alrededor del lugar donde se practica las transferencias sexuales.

**TABLA 15: PONDERACIÓN PORCENTUAL POR ACTIVIDAD ECONÓMICA ALREDEDOR DE LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

| Categoría                | Nombre del establecimiento | Entorno             |    |          |    |         |    |            |    |
|--------------------------|----------------------------|---------------------|----|----------|----|---------|----|------------|----|
|                          |                            | Actividad económica |    |          |    |         |    |            |    |
|                          |                            | Restaurantes        |    | Talleres |    | Moteles |    | Panaderías |    |
|                          |                            | Sí                  | No | Sí       | No | Sí      | No | Sí         | No |
| Reservados               | Establecimiento 1          | 1                   |    |          | 1  |         | 1  | 1          |    |
|                          | Establecimiento 2          |                     | 1  |          | 1  |         | 1  | 1          |    |
|                          | Establecimiento 3          | 1                   |    |          | 1  |         | 1  | 1          |    |
|                          | Establecimiento 4          | 1                   |    | 1        |    | 1       |    | 1          |    |
| Bares                    | Establecimiento 5          |                     | 1  | 1        |    |         | 1  | 1          |    |
|                          | Establecimiento 6          | 1                   |    |          | 1  |         | 1  | 1          |    |
|                          | Establecimiento 7          | 1                   |    |          | 1  |         | 1  |            | 1  |
|                          | Establecimiento 8          | 1                   |    |          | 1  |         | 1  |            | 1  |
|                          | Establecimiento 9          | 1                   |    |          | 1  |         | 1  |            | 1  |
|                          | Establecimiento 10         |                     | 1  |          | 1  |         | 1  |            | 1  |
|                          | Establecimiento 11         | 1                   |    |          | 1  |         | 1  | 1          |    |
|                          | Establecimiento 12         |                     | 1  |          | 1  | 1       |    |            | 1  |
|                          | Establecimiento 13         | 1                   |    |          | 1  |         | 1  |            | 1  |
|                          | Establecimiento 14         | 1                   |    | 1        |    | 1       |    | 1          |    |
|                          | Establecimiento 15         | 1                   |    |          | 1  |         | 1  |            | 1  |
|                          | Establecimiento 16         |                     | 1  |          | 1  | 1       |    | 1          |    |
|                          | Establecimiento 17         | 1                   |    | 1        |    |         | 1  | 1          |    |
|                          | Establecimiento 18         | 1                   |    | 1        |    | 1       |    | 1          |    |
| Total establecimientos   |                            | 13                  | 5  | 5        | 13 | 5       | 13 | 11         | 7  |
| Ponderación porcentual % |                            | 72                  | 28 | 28       | 72 | 28      | 72 | 61         | 39 |

Fuente: Elaboración propia

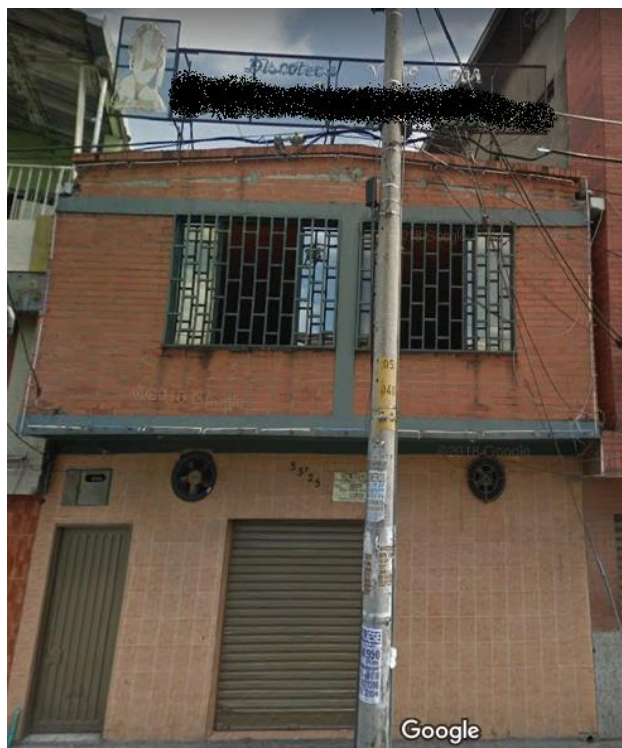
### 8.5.7. Paisaje

El paisaje se compone de tres indicadores que son fachada, visibilidad y emplazamiento presentados a mayor detalle en el anexo 3, estos permiten identificar y caracterizar los componentes físicos, estéticos y visibles de los lugares de transferencia sexual.

La fachada permite conocer los principales elementos del aspecto externo de los lugares de transferencia sexual, cómo es la casa, cuáles son las características de la misma, es más que todo el aspecto físico y arquitectónico del lugar, obteniendo que en su gran mayoría son casas de dos plantas, en donde el primer lugar funciona como el bar, discoteca o sitio de encuentro y el segundo piso son las residencias o los lugares donde hay el encuentro sexual. Como se conoció a partir de las entrevistas, muchos de los establecimientos en los cuales hay comercio del cuerpo cuentan con habitaciones o residencias donde se consuma el acto sexual.

En la ilustración 1 se puede observar que el establecimiento 18 de transferencia sexual se reconoce como discoteca, y la casa es de dos plantas, patrón que se encuentra en la mayoría de lugares en donde hay comercio del cuerpo.

#### ILUSTRACIÓN 1: ESTABLECIMIENTO 18 DE TRANSFERENCIA SEXUAL



Fuente: Google Maps

En cuanto a la visibilidad hace referencia en cómo se distingue el lugar, más bien es como se reconoce el lugar, ya sea por su letrero llamativo o no, o por sus direcciones, en donde se encontró que algunos lugares no cuentan con dirección, de lo que se deduce que el lugar se reconoce por el paso de voz a voz de los clientes, otros lugares en cambio cuentan con placas grandes y muy visibles, o también tienen placas que hacen alusión a que allí se reciben algún tipo de tarjetas de crédito o débito, pero no tienen un letrero que llame la atención, en cambio otros lugares sí cuentan con un letrero en muchos casos no se hace alusión a que allí hay un comercio del cuerpo, sino se hacen ver más que todo como bares o billares, en cierta medida por evadir los controles de sanidad por parte de la administración municipal.

En la ilustración 2, tomada de Google Maps, se puede evidenciar como el establecimiento 4 de transferencia sexual no cuenta con un letrero que haga alusión al comercio del cuerpo, pero sí tienen números grandes que hacen visible su dirección, además de contar con placas en donde

se puede distinguir que reciben tarjetas Maestro y MasterCard. Así se puede encontrar variedad de establecimientos en donde se vende el cuerpo que poseen estas características o similares.

#### ILUSTRACIÓN 2: ESTABLECIMIENTO 4 DE TRANSFERENCIA SEXUAL



Fuente: Google Maps

El emplazamiento hace referencia al sitio donde se encuentra ubicado el lugar de transferencia sexual, ya sea mitad de cuadra, que hay cerca en cuanto a objetos ya sea árboles o elementos que configuren el paisaje, los establecimientos de transferencia sexual se encuentran ubicados cerca de donde hay comercio, comidas rápidas y además se encuentran ubicados en su mayoría, en vías principales, para que de esa manera sean fáciles de encontrar. En la ilustración 3 el establecimiento 11 de transferencia sexual se encuentra ubicado en medio de dos restaurantes, además de estar sobre una vía principal.

#### ILUSTRACIÓN 3: ESTABLECIMIENTO 11 DE TRANSFERENCIA SEXUAL



Fuente: Google Maps

### 8.5.8. Imagen publica

Esta categoría hace referencia como es el aspecto del lugar en cuanto al indicador de saneamiento, lo cual indica que los lugares que se contemplan en la muestra escogida, en su mayoría no presentan buen aspecto en cuanto al saneamiento, pues cerca de estos lugares hay escombros y montones de basura lo que hace que el mercado del cuerpo se reduzca, porque de eso también depende que lleguen clientes a los lugares. Además, que al tener un mal aspecto hace que se estigmatice más este tipo de actividad comercial. En la ilustración 4 se muestra como el establecimiento 14 no presenta una buena imagen, pues su alrededor no es tan aseado, además que hay un habitante de la calle durmiendo en la puerta del lugar, lo que genera aún más mal aspecto hacia las personas que llegan o pasan por el lugar.

**ILUSTRACIÓN 4: ESTABLECIMIENTO 14 DE TRANSFERENCIA SEXUAL**



Fuente: Google Maps

## **9. IDENTIFICAR LAS PERCEPCIONES QUE TIENEN LOS INVOLUCRADOS ACERCA DEL CUERPO EN LAS TRANSFERENCIAS SEXUALES EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CALI**

En este último capítulo se desarrolla el tercer objetivo que implica el análisis del cuerpo de las trabajadoras sexuales, tanto en su estética (forma, percepción de su propio cuerpo, vestimenta, cuidado y maquillaje) como en su ética (formas de relacionarse en esos espacios), y se llevará a cabo con entrevistas, visitas al establecimiento y la percepción de los consumidores (tanto del cuerpo de la mujer como del lugar) que se podrá observar mediante una encuesta abierta para la población masculina de Santiago de Cali.

Considerando que, el placer sexual se ha vuelto un componente central en la cultura del capitalismo, del nuevo paradigma referente a la concepción de ver y sentir el cuerpo, se ha cambiado el concepto de belleza orientado a la delgadez, donde la mujer ha sido trasformada en un objeto de consumo que invisibiliza su identidad, despojándola de “autoridad” sobre su cuerpo. Dado que, el cuerpo de la mujer se vuelve un interés social. Es, por tanto, que este capítulo busca responder la siguiente pregunta: ¿qué percepción tienen los implicados en la práctica de transferencia sexual sobre los cuerpos que se encuentran en venta?

### **9.1. EL CUERPO COMO TERRITORIO**

La comprensión del concepto territorio orientado a la construcción del concepto: el cuerpo como territorio, debe partir de las siguientes consideraciones: el término territorio desde diferentes tradiciones geográficas, ya sea como un sinónimo de relieve, medio natural, como un sistema espacial, entre otros. En palabras de López y Ramírez<sup>40</sup>, “en términos generales, es una extensión de tierra, de dimensiones menores o grandes. Es un espacio restringido y acotado por las diferentes fronteras, es el ámbito de la vida cotidiana y, por tanto, está permeado por la identidad de un individuo o comunidad”, lo que quiere decir, es que el territorio es un espacio definido y delimitado sujeto a procesos de posesión, soberanía, gestión, dominio, administración, control, utilización, explotación, resistencia, aprovechamiento, apego, arraigo

---

<sup>40</sup> LÓPEZ, Liliana & RAMÍREZ, Blanca. Pensar el espacio: región, paisaje, territorio y lugar en las ciencias sociales. En: el Seminario la Noción del Territorio y sus Revisiones Teóricas. Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco. México, 2010. p. 42.

y apropiación por parte de un individuo o comunidad específica. Según Gómez y Mahecha<sup>41</sup> el territorio tiene ciertos parámetros para el análisis de este:

- El territorio es el escenario de las relaciones sociales.
- Es un espacio de poder, de gestión y de dominio.
- El territorio es una construcción social y nuestro conocimiento del mismo implica el conocimiento del proceso de su producción.
- La apropiación del territorio desigual.
- En el territorio concurren y se superponen distintas territorialidades que actúan disímil generando relaciones de complementación, de cooperación y de conflicto.
- El territorio no es fijo, sino móvil, mutable y desequilibrado. La realidad geosocial es cambiante y requiere permanentemente nuevas formas de organización territorial.
- Requiere sentido de pertenencia e identidad, solo adquieren existencia real a partir de su expresión de territorialidad. En un mismo espacio se superponen múltiples territorialidades y múltiples lealtades.

Teniendo en cuenta lo que comentan los autores sobre el territorio, no es tan descabellado mirar al cuerpo como un territorio pues, el cuerpo es una extensión de tejidos que le da forma, de diferentes dimensiones (gordo, flaco, delgado, pequeño). El cuerpo está delimitado por un espacio ocupado consensuado por su subjetividad y el resto de los cuerpos que lo rodean. Incluso, tiene una identidad que lo diferencia de los demás cuerpos y que lo identifican de algún modo con el resto de integrantes de su círculo. También es un escenario donde se desarrolla todas las relaciones sociales, de conflicto, cooperación y de complementación, es un espacio que otorga poder y tiene poder, cambiante y mutable a lo largo de su vida.

Además, nunca permanece inmóvil ya que su localización puede llegar a ser imprecisa, es una construcción histórica, cultural y socialmente donde cada cuerpo actúa diferente dentro de otros territorios corporales. Dicho de otra manera, es “un espacio en el que se localiza el individuo, y sus límites resultan más o menos impermeables respecto a los restantes cuerpos. Aunque no cabe duda de que los cuerpos son materiales y poseen ciertas características como la forma y el tamaño, de modo que, inevitablemente, ocupan un espacio físico, lo cierto es que su forma

---

<sup>41</sup> GÓMEZ MONTAÑEZ, Gustavo & MAHECHA DELGADO, Ovidio. Espacio, territorio y región: conceptos básicos para un proyecto nacional. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía, 1998. vol. 7, no. 2, p. 122.

de presentarse antes los demás y de ser percibido por ellos varía según el lugar que ocupan en cada momento”<sup>42</sup>. Pues funciona como un límite fronterizo con otros cuerpos, un territorio construido y reconstruido por otros cuerpos, es un territorio lleno de símbolos e imágenes catalogado como un factor de individualización, donde se definen relaciones de poder que determinan los espacios a utilizar, las normas y los límites, inmerso en distintos espacios que se pueden configurar de acuerdo a unas percepciones ya sean individuales o colectivas.

Por otra parte, la imagen corporal emitida es una construcción social, es la imagen que forma nuestro cerebro del cuerpo que somos y que vemos. Esto resalta, “la importancia de las actitudes y valoraciones que el individuo hace de su cuerpo”<sup>43</sup>. En concordancia, la percepción del cuerpo como atributo, corresponde a una imagen del sujeto (la mente), la cual se construye a partir de un esquema universal de belleza perceptivo, ligado a la identidad, la cultura, la historia y la sociedad que permea el concepto del encanto, del atractivo sexual, la simpatía, los sentimientos y las conductas. Pero, en esta búsqueda de belleza para cautivar los sentidos de las personas, la imagen corpórea, en este caso la autopercepción corporal se distorsiona, ya que se vincula con una insatisfacción corporal, la cual se debe entender como subjetiva y socialmente determinada para llegar a la exclusividad, con todas las leyes de la sociedad que la hacen perfecta.

Teniendo en cuenta que, estos ideales corporales de cómo debemos ser, son en primer lugar mecanismos de control social, pues dictan como se debe ser y comportarse. Las percepciones se tergiversan para estar doctrinadas a unos estándares impuestos por un pequeño grupo de personas, de este modo el cuerpo es orientado por una serie de políticas que lo intervienen en la conquista de su maleabilidad, producción y reglamentación: “el control de la sociedad sobre los individuos no se opera simplemente por la conciencia o por la ideología, sino que se ejerce en el cuerpo, con el cuerpo. Para la sociedad capitalista lo importante era lo biológico, lo somático, lo corporal antes que nada”<sup>44</sup>.

Por lo tanto, las mujeres transforman su cuerpo en una mercancía que circula en la ciudad, que tienen que estar bajo unos parámetros de belleza establecidos por los cánones occidentales, lo

---

<sup>42</sup> Mcdowell. Op. Cit., p. 59.

<sup>43</sup> PEREZ, Elena & ROMERO, Gabriela. Imagen corporal en mujeres de tres zonas rurales de México: percepción y deseo. *En: Salud pública de México [revista en la Internet]*. 2010. vol. 52, no. 2, p. 113.

<sup>44</sup> FOUCAULT, Michael. Las tecnologías del yo y otros textos afines. Barcelona: Paidós. 1990. p. 87.

que les permitirá ser más apetecidas en el mercado sexual. Es por ello, que las trabajadoras sexuales se “adecuan” a unos modos de vivir más exigentes para con su cuerpo y más cuando este tipo de mercado va en aumento; aunque esto también varía dependiendo del lugar donde se realice dicha actividad. Dado que, las mujeres que realizan esta práctica presentan diferentes limitaciones para cumplir con los cánones de belleza, por ello, terminan ubicándose laboralmente en establecimientos con malas condiciones y así mismo, se ve reflejado en el precio de su cuerpo.

Ahora bien, las mujeres buscan controlar su cuerpo para llevarlo a una perfección de un cuerpo *estetizado* a base de lo que desee el consumidor. En este orden, ¿qué es la estética? según la Real Academia Española (2017) la estética se define como “perteneciente o relativo a la percepción o apreciación de la belleza”. Por tanto, la estética se refiere a la belleza y el arte de cualquier objeto. Para este caso, sería la belleza del cuerpo; bajo esta definición también se vale preguntar: ¿cómo es un cuerpo *estetizado*?, “en la sociedad actual la obsesión moderna por la perfección del cuerpo ha originado una epidemia de nuevas alteraciones y una creciente demanda de técnicas con fines estéticos relacionadas con una ilusoria búsqueda de la perfección física.”<sup>45</sup>, y las mujeres que se dedican a esta profesión tienen que estar cada día más actualizadas corporalmente en moda, maquillaje y tratamientos de belleza. Dado que, las trabajadoras sexuales tienen la particularidad de que es, a un mismo tiempo, la mercancía y la vendedora. Y por ello, debe percibirse bien para tener valor en un mercado tan competitivo.

De esta manera, el intercambio de cuerpo – dinero “la belleza siempre es un elemento central, aunque las ideas acerca de lo bello cambien con las culturas y con el tiempo”<sup>46</sup>, por lo cual ser “bella” es un factor determinante a la hora de vender el cuerpo, pero para los consumidores el estándar de belleza va a estar regido de acuerdo a la percepción y a los gustos individuales, según Hakim<sup>47</sup> en el mundo occidental habrán algunos que le darán prioridad a los pechos, el trasero o las piernas, pero en la mayoría de las culturas lo importante es el aspecto global.

Es así, como el valor del cuerpo varía de acuerdo a unos estándares de belleza que cada consumidor define o tiene. La percepción crea imaginarios, que no son solo representaciones

---

<sup>45</sup> DÍAZ, J. Mataix. Culto al cuerpo: ¿cuál es el precio de la belleza? En: El sevier: Actas Dermo-sifiliográficas, 2012, vol. 103, no. 8, p. 655.

<sup>46</sup> HAKIM, Catherine. Honey Money: The Power of Erotic Capital. Reino Unido: Penguin Books Ltd, 2011. p. 101.

<sup>47</sup> Ibid., p. 102.

en abstracto, sino que personifican o se incorporan en los cuerpos o en los espacios donde se localicen esos cuerpos como lo desarrolla Silva<sup>48</sup>:

“los imaginarios no son sólo representaciones en abstracto y de naturaleza mental, sino que se “encarnan” o se “in-corporan” en objetos ciudadanos que encontramos a la luz pública y de los cuales podemos deducir sentimientos sociales como el miedo, el amor, la ilusión o la rabia. Dichos sentimientos son archivables a manera de escritos, imágenes, sonidos, producciones de arte o textos de cualquier otra materia donde lo imaginario impone su valor dominante sobre el objeto mismo. De ahí que todo objeto urbano no sólo tenga su función de utilidad, sino que pueda recibir una valoración imaginaria que lo dota de otra sustancia representacional.”

Por esta razón, los imaginarios tienen una connotación importante, pues controlan los estándares de belleza, el cuerpo de las trabajadoras sexuales y el espacio donde se localicen las transferencias sexuales. Dado que, la sociedad percibe la belleza y pone norma de acuerdo a lo que imagina que es lo deseado socialmente; al tener sus normas, imaginan el cuerpo estetizado perfecto y con ello trae transformaciones al cuerpo de las mujeres para alcanzar esa perfección y al cambiar la forma del cuerpo la percepción hacia el lugar donde se encuentre, cambia. Es por ello, que los imaginarios serán de vital importancia en este objetivo, los cuáles serán la instancia social: que son aquellas representaciones colectivas que rigen los procesos de identificación social y la instancia tecnológica que son las técnicas de representación que sirven como instrumento de la imaginación para representar, materializar y crear tipos de visión o percepción de cierto lugar.

## **9.2. METODOLOGÍA**

### **9.2.1. Obtención de datos**

Los datos que se recolectaron son de tipo primario, mediante métodos como: entrevistas personales y observaciones realizadas en establecimientos que prestan el servicio de transferencia sexual, que se escogieron por tener un alto reconocimiento por los caleños. Dado que, en las encuestas realizadas son los que más se nombran. También, se desarrollaron encuestas a la población masculina de Santiago de Cali por medio de la aplicación de Google formularios y se compartió al grupo privado de Confesiones Univalle y Whatsapp; a partir de

---

<sup>48</sup> SILVA, Armando. Imaginarios urbanos [en línea], 2013 [revisado el 19 de octubre de 2018]. Disponible en internet: <http://www.imaginariosurbanos.net/es/>.

estas fuentes se logró elaborar las bases necesarias para el análisis y elaboración de este objetivo. Se debe agregar que en la encuesta se permitió la posibilidad de escoger más de una respuesta.

### **9.2.2. Manejo de datos**

Los datos se manejaron divididos de la siguiente manera: las entrevistas personales que se realizaron a las trabajadoras sexuales y dueñas de los establecimientos de transferencia sexual, las cuales responden a la primera parte de este objetivo; y las encuestas que se llevarán a cabo a la población masculina de Santiago de Cali que corresponden a la segunda parte de este objetivo. La población masculina se clasificó en dos ítems, primero están: *los consumidores*, quienes son los que han estado dentro de los establecimientos que prestan los servicios de transferencia sexual, al menos una vez en su vida, así sea por solo consumir licor y están los *no consumidores* que solo saben la existencia de estos lugares de transferencia sexual, pero nunca han ido.

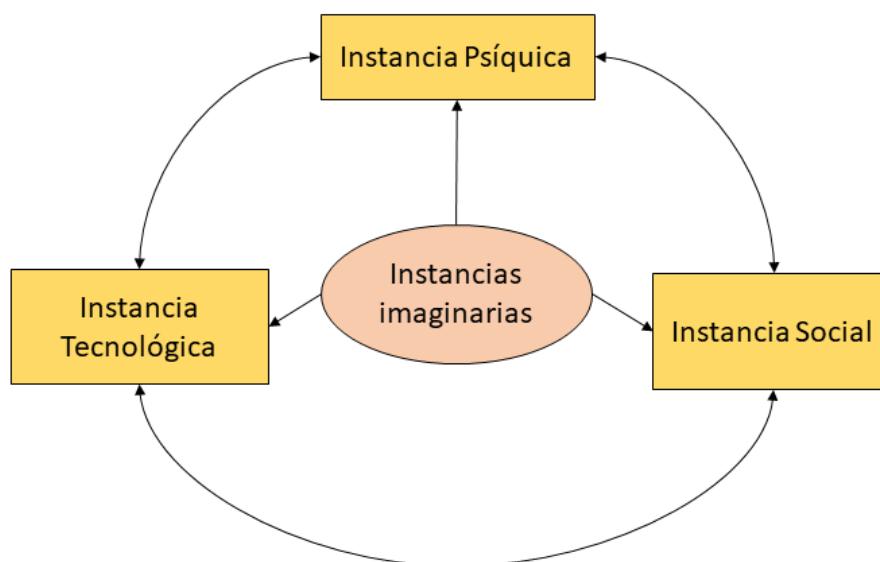
### **9.2.3. Instancias imaginarias**

Estudiar la representación del cuerpo de las trabajadoras sexuales en un espacio, su belleza, sus modos de expresión y de comportamiento en un lugar, como también, las percepciones y valoraciones de los clientes e interpretarlas a través del cuerpo como un territorio, lente o marco interpretativo; se logrará a través de las instancias imaginarias (ver *figura 7: Instancias imaginarias*) trabajadas y desarrolladas por Armando Silva<sup>49</sup>, primero; imaginario como construcción o marca psíquica (Instancia Psíquica). Segundo; imaginario en cuanto al modo que permite la expresión desde la estructura hasta toda la tecnología en el avance del ser por crear modos de comunicarse e interactuar socialmente (Instancia Tecnológica). Tercero; el imaginario como construcción social de la realidad (Instancia Social).

---

<sup>49</sup> SILVA, Armando. *Imaginarios Urbanos*. 5<sup>ta</sup> edición. Colombia, Bogotá: Nomos. 2006. p. 100.

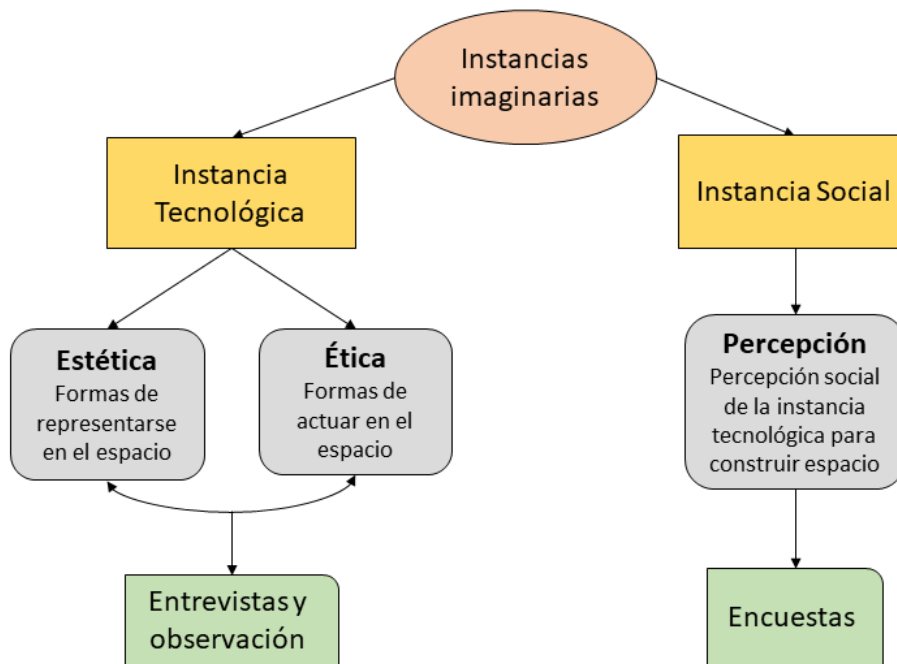
FIGURA 7: INSTANCIAS IMAGINARIAS



Fuente: Elaboración propia

Estas instancias ayudarán a analizar el espacio y el cuerpo dentro de este, pero por razones de tiempo solo se desarrollarán dos de las tres instancias imaginarias (Ver *figura 8: Instancia tecnológica y social*), las cuales serán la instancia social: que son aquellas representaciones colectivas que rigen los procesos de identificación social, que se podrán analizar con la variable percepción en las encuestas realizadas, y la instancia tecnológica que son las técnicas de representación que sirven como instrumento de la imaginación; con las variables de estética y ética que se analizarán con las entrevistas personales y las observaciones de los cuerpos en los lugares establecidos.

FIGURA 8: INSTANCIA TECNOLÓGICA Y SOCIAL



Fuente: Elaboración propia

#### 9.2.4. Instancia tecnológica

Como lo desarrolla Silva<sup>50</sup>, la instancia tecnológica (ver *figura 9: Instancia tecnológica*) es un hecho o técnica para la representación colectiva, que sirven como instrumento para representar, materializar y crear tipos de visión o percepción de cierto lugar. Esto permite entender que cada espacio construye sus percepciones dimensionadas desde tecnologías o técnicas “dominantes” y cada una; a su vez; permite deducir lo que podría existir en otro tipo de lugar que tenga características parecidas.

Por consiguiente, esta instancia ayudará al análisis de las técnicas de representación de las trabajadoras sexuales, es decir, la manifestación de su estética (ver *figura 8: Instancia tecnológica y social*); con todo lo que tiene que ver con adornos, vestimenta, maquillaje entre otros. Pues, de este modo el cuerpo se vuelve un medio simbólico, en el cual se exhibe la realidad construida. Esta manifestación que es influenciada por diferentes aspectos socio-culturales, biológicas y ambientales es lo que percibe el cliente y de esta forma es como ellas tienen el poder de atracción. Hay que mencionar, además, las formas de actuar en el espacio, que corresponde a la ética (ver *figura 8: Instancia tecnológica y social*). Esta variable tendrá

<sup>50</sup> Ibid., p. 100.

en cuenta, como las trabajadoras sexuales se relacionan en el espacio y con el cliente, para determinar cuáles son las normas corporales de esa práctica y la manera en que son juzgadas por personas que nunca han ido a este tipo de establecimientos.

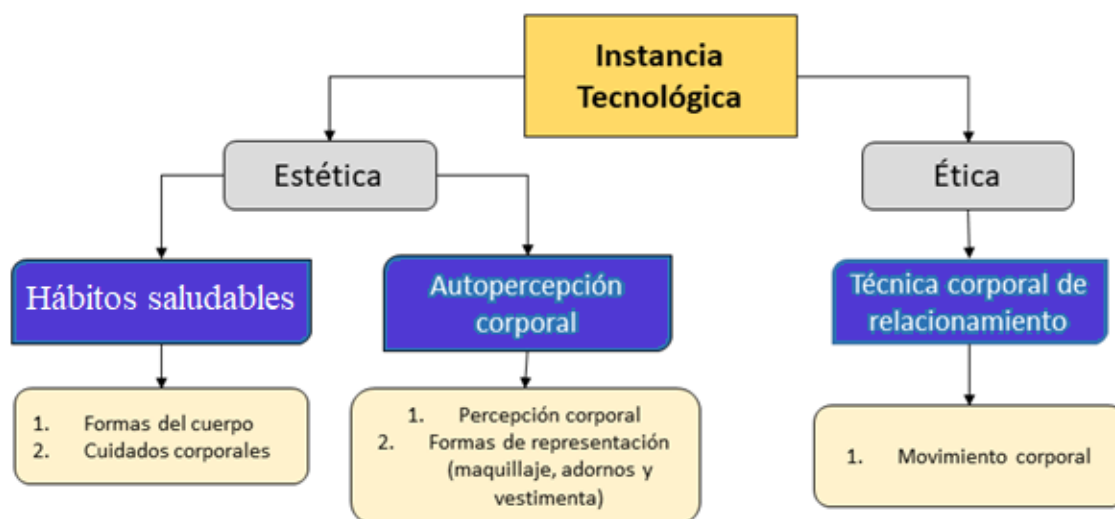
#### 9.2.4.1. Estética

Con esta dimensión se discute el tema de la percepción de las trabajadoras sexuales que participaron en el estudio. Para analizarla se tomaron en cuenta dos categorías (ver *figura 9: Instancia tecnológica*): hábitos deportivos, con todo lo relacionado a las formas del cuerpo y los cuidados corporales, y la autopercepción corporal, que tiene que ver con la percepción corporal de ellas para su cuerpo y formas de representación en el espacio (maquillaje, adornos y vestimenta).

#### 9.2.4.2. Ética

La ética es la dimensión que ayudará a construir como actúan en el espacio las trabajadoras sexuales, para analizarla se tomará en cuenta la categoría de: técnica corporal de relacionamiento (ver *figura 9: Instancia tecnológica*). Esta técnica mediante la observación, miraremos cómo las mujeres y los consumidores se comportan, cuáles son sus movimientos corporales para relacionarse y cómo todo esto construye el espacio donde se desarrolla tal práctica.

FIGURA 9: INSTANCIA TECNOLÓGICA



Fuente: Elaboración propia

### 9.2.5. Instancia social

La instancia social (ver *figura 10: Instancia social*) como lo explica Silva<sup>51</sup>, es la construcción imaginaria que se desarrolla con la realidad, pues la realidad que vemos es construida, dirigida y controlada por ciertos parámetros o reglas establecidas por la sociedad. Es un hecho del lenguaje y de la imaginación humana, esto genera un espacio histórico de representaciones colectivas que rigen los procesos de identificación social y con los cuales interactuamos en nuestra cultura, haciendo de ello unos modos particulares de comunicación y caracterización del espacio.

Por esta razón, esta instancia ayudará al análisis de las percepciones (ver *figura 8: Instancia tecnológica y social*) que tienen las personas sobre el cuerpo de la mujer como del espacio que visitan, pero no solamente eso; sino, también se tiene en cuenta las percepciones de las personas que nunca han ido. Pues, al ser una comunidad más amplia de los que asisten, sus intereses sociales pesan a la hora de la construcción del imaginario espacial de la realidad, que se ha creado sin ni siquiera asistir a esos establecimientos.

Es por ello que, esta dimensión se divide en dos categorías (ver *figura 10: Instancia social*): percepción corporal; pero esta vez hablamos de la percepción que tienen los consumidores y no consumidores ante el cuerpo de la mujer y la percepción del espacio; donde los consumidores y no consumidores caracterizan el espacio teniendo en cuenta su percepción y experiencia con este tipo de establecimiento, en donde estos cuerpos se desarrollan y se integran para formar grandes aglomeraciones de cuerpos en pequeño espacio, en busca de un solo objetivo: el placer.

#### 9.2.5.1. Percepción corporal

En esta sección la percepción corporal (ver *figura 10: Instancia social*), se toma a partir de las percepciones y experiencias que tienen los consumidores y no consumidores del cuerpo de las mujeres trabajadoras sexuales. Mediante una encuesta, para evidenciar las vinculaciones que existen entre los significados e interpretaciones contruidos por un grupo de hombres que han asistido, y los que no lo han hecho en torno a su cuerpo y su estética, y cómo estas reconstrucciones se vinculan con prácticas específicas de consumo en un contexto determinado.

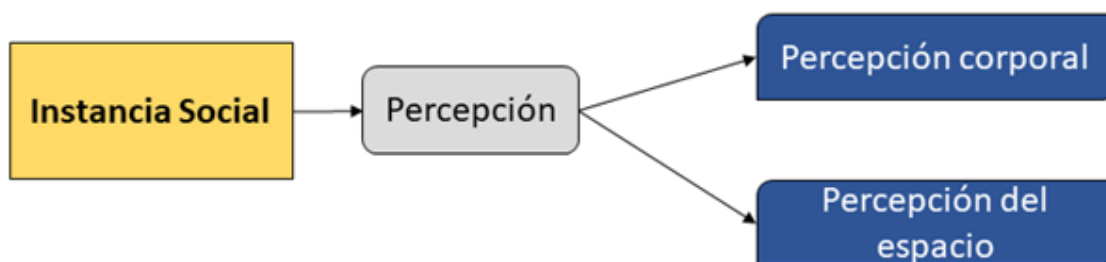
---

<sup>51</sup> Ibid., p. 104.

### 9.2.5.2. Percepción del espacio

En esta parte del trabajo, la percepción del espacio (ver figura 10: Instancia social), se refiere al proceso donde los consumidores y no consumidores de los establecimientos donde se prestan los servicios de transferencia sexual, hacen consiente su posición de su cuerpo respecto a estos establecimientos de transferencia sexual de la ciudad; las interpretaciones se han hecho entorno a ellos y las actividades que realizan dentro de estos espacios que crean experiencias e interpretaciones a base de lo que escuchan y viven en términos sociales y culturales ayudando a crear el espacio que vive en su imaginación expresado en la realidad.

FIGURA 10: INSTANCIA SOCIAL



Fuente: Elaboración propia

## 9.3. RESULTADOS: IDENTIFICAR LAS PERCEPCIONES QUE TIENEN LOS INVOLUCRADOS ACERCA DEL CUERPO EN LAS TRANSFERENCIAS SEXUALES

Los resultados de este objetivo permiten dar cuenta de las percepciones que tienen los involucrados tanto de los cuerpos que venden, como de los dos lugares escogidos de transferencia sexual.

### 9.3.1. Instancia tecnológica: estética

En esta sección se discute el tema de la estética con las tres trabajadoras sexuales que participaron en el estudio y dos dueñas de los establecimientos. Para analizarla se tomaron en cuenta las categorías siguientes: hábitos saludables y autopercepción corporal.

#### 9.3.1.1. Hábitos saludables

El ejercicio físico junto con la alimentación es otro de los medios utilizados para ejercer control sobre el cuerpo y modificarlo. La relación de mantener un cuerpo sano con la ingesta de comida

se evidenció, durante la entrevista, como reveladoras acerca de la idea que tienen respecto a su cuerpo. Primero: para las mujeres trabajadoras sexuales el cuidado de su cuerpo es fundamental, pues significa una herramienta de trabajo que debe estar bien cuidado y arreglado para que sea agradable a la vista de los clientes que las observan. También prima el autocontrol a la hora de comer, ya que debe evitar grasas y harinas. Por ejemplo, la entrevistada comentó: “debo realizar ejercicio a diario para mantener el cuerpo tonificado, con curvas bien definidas, debido a que eso gusta mucho a los clientes, además de tener unos hábitos alimenticios sanos, nada de grasas, fritos, harinas... o sea, todo lo que engorde, por mi cuidado del rostro”. Segundo: se aprecia una especie de “terror” a la malformación de su cuerpo por la gordura, lo que se evidencia en todos los procesos que deben tener para verse bonitas y mantener un peso, como lo demostró la entrevistada: “somos muy exigentes en cuanto al cuidado de nuestro cuerpo, tomo un vaso de sábila lo cual me ha permitido tener una piel tersa y bonita. Además, para el cuidado de mi piel lavo mi rostro tres veces al día con bicarbonato” pues si están bien físicamente, de igual manera a la hora de presentarse a los clientes, ellas resultarán más atractivas.

Como tercer punto: se encontró que a los clientes por lo general no les gustan las chicas bien flacas, ellos buscan chicas que sean más o menos “trosuditas, que tengan lo suyo”, pero que de igual manera su cuerpo esté cuidado y bien alineado, con buenas nalgas y buenos senos. Cuarto: en efecto, el ejercicio físico fue visto como un medio para lograr un cambio en la forma de ciertas áreas del cuerpo consideradas como “problemáticas” y como una actividad casi “obligatoria” para mantenerse tonificadas pues, no necesitan estar delgadas, como se dijo en el anterior punto. De este modo, a este punto se puede sumar como ayuda algún tipo de cirugía que mejore algunas partes del cuerpo, la idea de control es el fundamento de la actividad física y las cirugías estéticas: se realiza porque, a través de ella se tiene poder de modificación. Por otro lado, la entrevistada manifiesta que no se ha hecho ningún tipo de procedimiento estético, pero que ha sido principalmente por falta de recursos, que es el caso de muchas trabajadoras sexuales. Hay que mencionar, además, que no demuestra ningún signo de temor de lo que vaya a suceder dentro del quirófano, pues ello se reduce a más entradas de dinero.

Durante la entrevista, por ejemplo, fue interesante constatar que su cuerpo se construía entre lo que se consideraba como saludable y lo que se percibía como estético. A la hora de hablar de los ejercicios físicos y alimenticios, la entrevistada comentaba constantemente los beneficios que para ella le traían, como, por ejemplo: la salud de su piel. No obstante, resultaba evidente

que lo que parecía primar eran los beneficios estéticos y el poder de modificación corporal de los mismos, para llamar la atención de los clientes tanto nacionales como extranjeros y cobrar más altos sus servicios. Como lo plantea esta trabajadora sexual, los hábitos deportivos, la alimentación y cuidado personal son de carácter fundamental para poder prestar este tipo de servicios, pues es el cuerpo el que está en venta y, por ende, este debe de estar bien cuidado; para que los clientes estén dispuestos a pagar el precio establecido por la trabajadora sexual.

### **9.3.1.2. Autopercepción corporal**

La autopercepción corporal y la estética es una relación inherente, dado que, las trabajadoras sexuales han modificado alguna vez sus hábitos alimenticios y deportivos (hábitos saludables) por razones estéticas, pues eso brinda el aumento de ganancias. El cuerpo para la trabajadora sexual representa su templo, como lo comentaba la entrevistada: “mi cuerpo es todo”. Pero existe la concepción de que el cuerpo de ellas representa una herramienta de trabajo, “instrumento de obtención de recursos”, que lo mencionó un par de veces la misma entrevistada y por ello, debe estar bien cuidado, oliendo y verse agradable.

Los cambios que han tenido con el fin de modificar su cuerpo, tienden a dirigirse a no estar ni tan delgadas, ni tan gordas. Sin embargo, lo que se evidencia sin lugar a dudas es una insatisfacción corporal general que se expresa de distintas formas, solo por no estar en el constructo ideal de sus clientes. Así, sus preocupaciones estéticas no solo se limitan a las deformaciones de su cuerpo por el peso que tengan, sino por las partes específicas de sus cuerpos que generan ganancias: “debo tener rostro lindo, me cotizan mucho por ello”, “no tengo cirugías estéticas, porque no tengo dinero, pero gustaría quitarme grasa del abdomen”, “trote una hora todas las mañanas, para tonificar mis piernas y mis glúteos, eso les gusta a los clientes”.

El querer modificar sus cuerpos fue una idea que se repitió mucho durante las entrevistas. También, se determinó que algunas partes de su cuerpo debían ser modificadas y cuidadas: el rostro, el abdomen, los pechos, los glúteos y las piernas fueron las partes que, en orden de importancia, deseaban modificar o tratar. Las modificaciones que más se mencionaron fueron las de su rostro, porque eso llama mucho la atención de los clientes, las del abdomen, porque debían disminuir la grasa localizada; y en general del resto del cuerpo en modificaciones fueron la tonificación y la disminución del volumen o tamaño de la parte del cuerpo mencionada; excepto los pechos y los glúteos, que deseaban el aumento de su tamaño y el realce con ejercicios.

Ahora bien, con respecto a la vestimenta que deben llevar. Primero: debe ser ajustada al cuerpo, para mostrar la forma del cuerpo. Segundo: el color de la ropa no debe ser de altos tonos, debe ser llamativo, pero no exagerar. Por ejemplo, comentó la entrevistada: “los colores fluorescentes no son bien vistos en este negocio, quedo muy pata\*. Las niñas utilizamos colores más oscuros como el negro, colores neutros... si deseamos resaltar un poco más el color rojo o las lentejuelas en la ropa son las opciones”. Tercero: Si se muestra parcialmente una parte erógena del cuerpo, las otras se tapan. Es decir, no todo el cuerpo debe estar descubierto; de este modo si se pone ropa que sea destapada del torso hacia arriba, o sea, que se vea parcialmente sus pechos, no se usan pantalones o vestidos tan cortos. Como dijo la entrevistada: “se debe dejar algo a la imaginación”. Por último, ellas se cuidan mucho el rostro y no utilizan mucho maquillaje, procuran llevar algo más natural que se armonice con su rostro en lugar de un maquillaje muy exagerado.

Habría que decir, también, que el cuerpo y la mente de las trabajadoras sexuales es uno, porque en este oficio no se puede desligar el cuerpo y su mente. Dado que, deben de estar conectados en el momento de estar o no con un cliente, para determinar a que se accede y a que no, por eso, para ella no existe una dualidad. Ellas en su mayoría tienen un precio estándar, una de las entrevistadas cobra la hora \$120.000, la media hora \$80.000 y los 20 minutos \$60.000, ella manifiesta que cobra está determinada cantidad porque sus servicios son solicitados por muchos clientes, por su cuerpo ya que es proporcional y además, porque no sabe en qué estado de ánimo llegue el cliente, o si llegue ebrio, cansado o el tipo de persona que sea, pues es la trabajadora sexual quien lo tiene que soportar, sin saber que sorpresas pueda dar el consumidor con su comportamiento durante la prestación del servicio íntimo.

### **9.3.2. Ideales corporales**

Esta información presentada anteriormente se basa en los estereotipos occidentales e ideales con respecto al cuerpo y el deber ser de una mujer y mayormente a una mujer que presta sus servicios sexuales. Puesto que, ellas deben modificar y controlar su cuerpo para y por sus clientes, que desean mujeres corporalmente perfectas, insertadas en los ideales sociales de cada cultura, asociados netamente a una sociedad patriarcal, al capitalismo y el consumismo. Estas reglas que se establecen en la sociedad, se insertan en el territorio corporal, y funcionan como estructuras que permiten la construcción de la realidad.

\*Término coloquial utilizado para designar que algo o alguien está mal visto, que está feo, desagradable, entre otros.

De esta manera, se puede analizar los cuerpos que se “hacen” territorio a través de una historia que se incorpora, ya que podemos ver cuerpos simbólicos, moldeados para ganar dinero, llenos de significados, que incluso, se establecen como un territorio comercial capaz de ser apropiado por otros generando nuevas prácticas y espacios.

En otras palabras, los cuerpos se ponen en práctica como territorios comerciales que se vinculan con relaciones de poder, de historia, de mercancía, de costumbres, que con la interacción con los otros cuerpos otorga una experiencia de contenidos simbólicos y significados, a través de los cuales es vivido el propio cuerpo, el cual es transformado solo para un fin, el sexual. También se debe agregar, que el territorio corporal no solo es el espacio que ocupa, sino que también es producto del lenguaje, la sociedad, la cultura y la historia que lleva consigo. Estas ideas, acerca de lo que se define un cuerpo como territorio estéticamente bello, sano y para el consumo, como es el de la trabajadora sexual, se asocia a la delgadez (en ciertas partes del cuerpo), a la obesidad y principalmente a la ganancia de dinero. En el cual, los procesos de construcción de la imagen corporal, sujetos a los modelos culturales que proveen de símbolos al cuerpo en un sentido estético y ético, guían a la trabajadora sexual a la apropiación de imágenes ideales sobre su cuerpo para complacer a otros, los cuales forman parte de su identidad. Esto demuestra las enormes inconformidades estéticas que pueden surgir en estos cuerpos, al estar su decisión corporal en manos de otros; que tienen sus gustos sujetos a unas series de representaciones mentales y sociales acerca del cuerpo femenino.

### **9.3.3. Instancia tecnológica: Ética**

En esta sección se discute el tema de la ética de las trabajadoras sexuales, vista desde el ámbito corporal con los clientes en el espacio. Para analizarla se tomaron en cuenta la categoría siguiente: técnica de relacionamiento corporal.

#### **9.3.3.1. Técnica de relacionamiento corporal**

Como se ha dicho, esta categoría se realizó con la observación en diferentes establecimientos de transferencia sexual, a las mujeres y los consumidores, determinando cuáles son sus movimientos corporales para relacionarse y como todo esto construye un espacio específico. Debemos aclarar que, se encuentran dos dinámicas de presentación de las trabajadoras sexuales a los consumidores. Primera: contacto directo, ellas rondan el establecimiento y si alguna le interesa a un consumidor, él las llama directamente sin ningún intermediario, con un movimiento por debajo de la mesa o una mirada fija. Segundo: contacto con intermediario, o sea, que el consumidor entra y se acerca el mesero y este es quien hace el primer contacto entre

las trabajadoras y el cliente. Es el mesero quien llama a las chicas, se las presenta y ya es el consumidor quien decide con cual chica se queda. Es así como empieza el contacto directo de trabajadora – cliente. Desde el momento en que comienza la negociación, la chica que aparentemente se ve dócil y amable, siempre sonríe, otras veces forzado, tienen las cosas claras y su determinismo se nota a la hora de ponerle precio al cuerpo.

Sus movimientos corporales para con el cliente son: al caminar, tienen un movimiento exagerado de caderas y mueven sus manos para tocarse levemente los senos o mover su cabello. Cuando están sentadas con el cliente sus manos recorren sus partes erógenas con mirada fija al consumidor; sonríen y miran su pecho; nunca olvidan estar acariciando su cabello o sus piernas; no tocan al consumidor y si lo hacen, solo ponen sus manos en sus muslos. Este espacio se transforma en un espacio de erotismo, lleno de miradas lascivas y deseos ocultos hacia un cuerpo medido por el dinero. Ahora bien, no todo es fácil, pues comentaba la entrevistada que hay clientes que son amables y las tratan bien, pero también llegan consumidores que son groseros y agresivos, esto también depende del estado en el que esté el sujeto, muchos no llegan en sus cinco sentidos. Es allí, donde cada chica tiene que ser clara y de expresión dura, fría y decisiva con el cliente. Dado que, en la habitación ella ya no puede negarse a nada.

En el caso específico de esta trabajadora sexual, manifiesta que es muy crítica a la hora de sentarse con un cliente, ella primero lo observa y dependiendo de ciertos comportamientos como: el estado de embriaguez, la forma de expresarse con el mesero o si viene acompañado y los gestos de su cara y las manos cuando tiene una conversación. Con ello, la trabajadora sexual decide en el momento que el mesero las llama o si lo hace el mismo cliente, se presenta o no para comenzar la negociación, pues el establecimiento de cierta manera respeta la autonomía de ellas y si no quieren atender el cliente no lo hacen y no pasa nada. Es cuestión de saber trabajar y ser cortés con el cliente.

En cuanto al actuar de ellas en el espacio, en ese erotismo de las miradas, de la sensualidad, ellas tienen que saber moverse muy bien en el espacio, mover las caderas, el cabello, utilizar al máximo las expresiones corporales como lo es la sonrisa, las miradas y los movimientos de su cadera y manos son fundamentales en la venta del cuerpo. Así como también, hace alusión a esas relaciones de trabajo, para este caso en específico consumidor - trabajadora sexual, que configura el espacio creando unas prácticas sociales propias del oficio y que se expresan a través de un lenguaje erótico o de conquista, con una postura clara, a qué es lo que acceden y hasta qué punto llegan con el cliente.

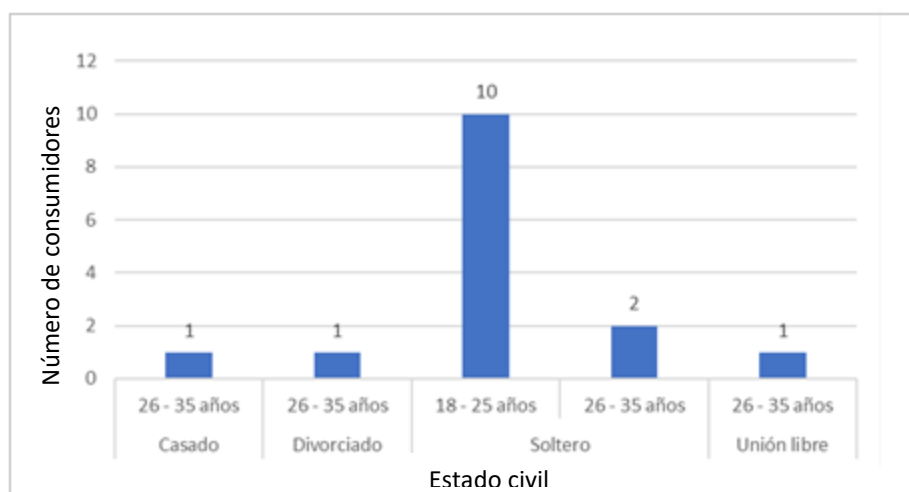
### 9.3.4. Encuestados

#### 9.3.4.1. Consumidores

Los consumidores son los que han entrado una sola vez a los sitios de transferencia sexual, estos fueron alrededor de unas veinticinco personas. Sin embargo, al recopilar la información precisa se encontraron datos que no daban respuesta alguna a lo que se buscaba, por ello se eliminaron diez personas. Dado que, sus respuestas eran incoherentes y fuera de lugar.

Los consumidores (Ver *grafica 3: Estado civil de los consumidores*) en su mayoría se encuentran en el rango de solteros, los cuales son doce de ellos, quienes se encuentran entre las edades de 18 a 25 años y los otros dos solteros están en el rango de edad de 26 – 35 años. Por último, están los casados, divorciado y en unión libre, que en cada grupo solo hay una persona. Es necesario aclarar que no todos han ido para consumir servicios sexuales, muchos han recurrido a estos lugares simplemente por consumir licor y compañía.

GRÁFICA 3: ESTADO CIVIL DE LOS CONSUMIDORES



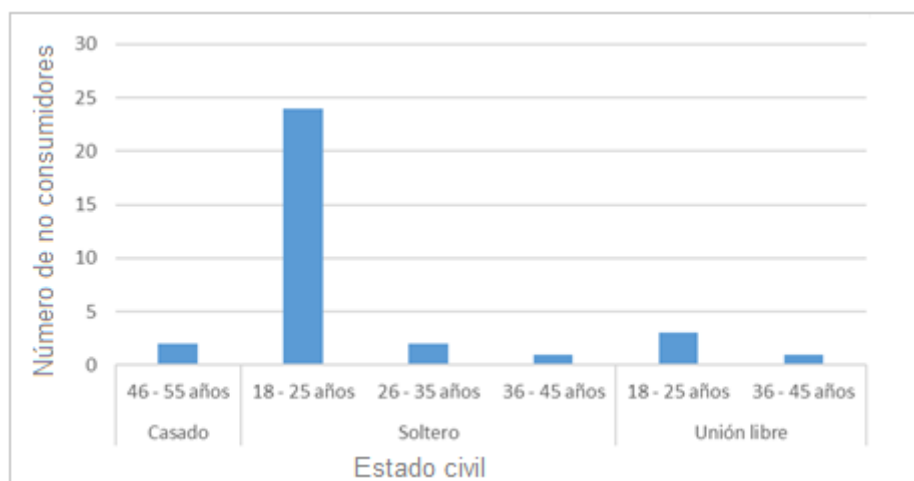
Fuente: Elaboración propia

#### 9.3.4.2. No consumidores

Los no consumidores son los que nunca han ido a los sitios de transferencia sexual, son los que se han hecho ideas (imaginado) de cómo es el cuerpo de las trabajadoras sexuales y como son estos lugares de acuerdo a las percepciones que tiene la sociedad sobre ellos. Estos fueron alrededor de unas treinta y ocho personas. Sin embargo, al recopilar la información precisa para desarrollar esta sección del objetivo, debe ser de calidad por ello se eliminaron cinco personas. Dado que, sus respuestas eran incoherentes y fuera de lugar.

Los no consumidores (ver *grafica 4: Estado civil de los no consumidores*) en su mayoría se encuentran solteros entre rangos de edades de 18 a 45 años de edad con un total de veintisiete personas; el siguiente grupo de personas están ubicados en el rango de unión libre entre edades de 18 a 45 años con un total de cuatro personas; el último grupo son los casados con un total de dos personas.

**GRÁFICA 4: ESTADO CIVIL DE LOS NO CONSUMIDORES**



Fuente: Elaboración propia

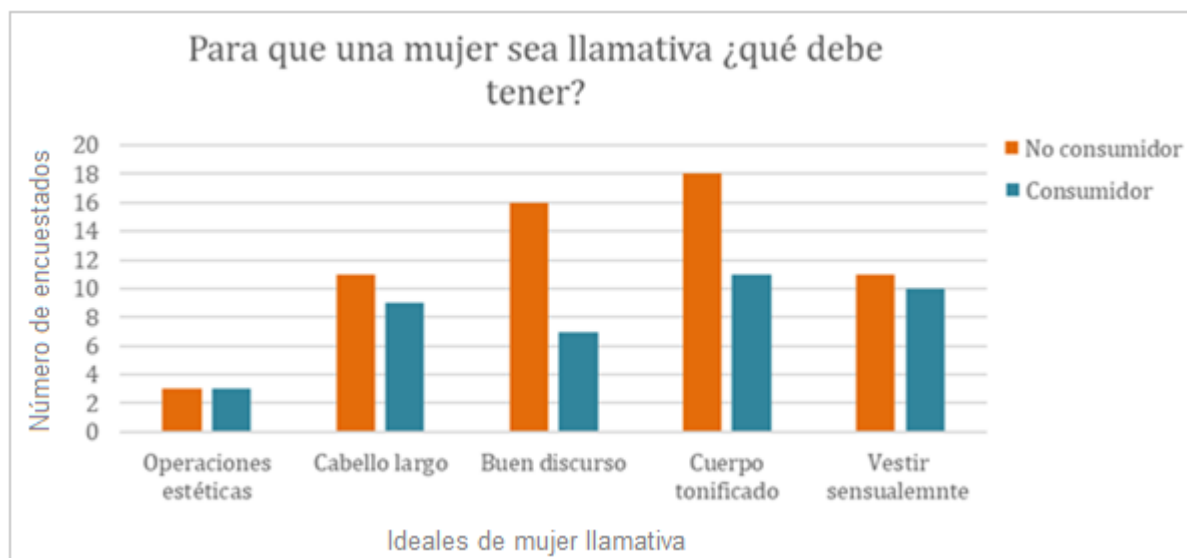
### 9.3.5. Instancia Social: Percepción corporal

La percepción corporal del cuerpo de las trabajadoras sexuales, se desarrolla desde, las percepciones que se tengan frente a él y la valoración que se le da desde el punto de vista del consumidor y no consumidor. Las trabajadoras sexuales son el objetivo de críticas y habladurías en una sociedad que a primera vista no está lista para aceptar y concebir, prácticas sociales de índole sexual; con las cuales se busca conseguir esa visión o experimentar la “perfección” de los estándares de belleza que la sociedad se empeña en dar a conocer como necesidades de categorización en la cual, si cumples con aquellos estándares, en ocasiones ridículos, de belleza las trabajadoras sexuales serán mucho mejor pagadas.

Teniendo en cuenta lo anterior, la modificación de los cuerpos de las trabajadoras sexuales, se determina de acuerdo a los deseos de las personas que asisten a los establecimientos de transferencia sexual. Además, por la gran presión social ejercida hacia las mujeres de acuerdo a la cultura en donde se encuentren inmersas, con la imposición de un modelo estético bastante exigente, como lo menciona uno de los encuestados: “el cuerpo de una mujer está asociado a lo estéticamente deseado por el *status quo varonil*. Deben cosificarlo en tanto quieran venderlo”. Los hombres según la encuesta, desean cuerpos tonificados (entrenados en el

gimnasio) y que se vistan sensualmente, en donde se entiende que deben dejar partes de su cuerpo al descubierto, sin embargo, claramente se observa más exigencia del cómo deben verse y ser la mujer por parte de los no consumidores como se puede observar en la *gráfica 5 (percepción de los hombres sobre el cuerpo de la mujer)*.

GRÁFICA 5: IDEAL DE MUJER LLAMATIVA



Fuente: Elaboración propia

Ahora, sobre la forma del cuerpo hay ciertas zonas corporales que destacan de otras, ya que son muy apetecidas e importantes para los hombres. En primera instancia están las zonas corporales de los consumidores (ver *tabla 16: características corporales más deseadas por los consumidores*); buscan mujeres de aspecto delgado, lo cual se diferencia del discurso de la entrevistada, donde asegura que los hombres que visitan el establecimiento en el que labora desean mujeres gruesas/trozudas\*. También, las apetecen con una estatura media, con cola grande, senos pequeños, caderas anchas, labios vaginales pequeños, piernas gruesas, cabello largo y piel clara. Como podemos observar, desean ciertas zonas corporales grandes como lo son las piernas y la cola, pero sin perder su forma de cuerpo delgado; que se entiende por ello, que no debe haber grasa localizada en el abdomen. Hay que mencionar, además que la característica más votada, que en realidad no se esperaba, fue el hecho de tener un cabello largo, indispensable para cualquier mujer que vaya a vender su cuerpo.

\*Son mujeres que tienen la forma del cuerpo ni tan delgada, ni tan obesa. Solo ciertas partes del cuerpo son grandes como: las nalgas y los senos y la parte delgada son: el abdomen y los brazos.

**TABLA 16: CARACTERÍSTICAS CORPORALES MÁS DESEADAS DE LOS CONSUMIDORES**

| <b>Características corporales más deseadas de los consumidores</b> | <b>Numero de encuestados</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|--------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------|
| Delgada / Flaca                                                    | 14                           | 58,3                  |
| Gruesa / Trozuda                                                   | 7                            | 29,2                  |
| Voluminosa / Gordita                                               | 0                            | 0                     |
| Estatura baja                                                      | 7                            | 29,2                  |
| Estatura media                                                     | 14                           | 58,3                  |
| Estatura alta                                                      | 1                            | 4,2                   |
| Cola grande                                                        | 16                           | 66,7                  |
| Cola pequeña                                                       | 1                            | 4,2                   |
| Senos grandes                                                      | 8                            | 33,3                  |
| Senos pequeños                                                     | 11                           | 45,8                  |
| Cadera anchas                                                      | 12                           | 50                    |
| Cintura de avispa                                                  | 7                            | 29,2                  |
| Labios vaginales pequeños                                          | 9                            | 37,5                  |
| Labios vaginales grandes                                           | 4                            | 16,7                  |
| Piernas gruesas                                                    | 9                            | 37,5                  |
| Piernas delgadas                                                   | 5                            | 20,8                  |
| Con cirugías estéticas                                             | 1                            | 4,2                   |
| Cabello largo                                                      | 19                           | 79,2                  |
| Cabello corto                                                      | 4                            | 16,7                  |
| Piel oscura                                                        | 4                            | 16,7                  |
| Piel clara                                                         | 13                           | 54,2                  |
| Ojos oscuros                                                       | 11                           | 45,8                  |
| Ojos claros                                                        | 11                           | 45,8                  |

Fuente: Elaboración propia

Con respecto a los no consumidores (ver *tabla 17: características corporales más deseadas de los no consumidores*) sus gustos son más variados, porque las diferencias de cada característica para el cuerpo de una mujer no son tan desiguales. Los no consumidores desean el cuerpo de una mujer delgada, pero no se incomodan si es gruesa/trozuda, de estatura media, cola grande, senos grandes, caderas anchas, labios vaginales pequeños, piernas gruesas, cabello largo y piel

clara. Como podemos observar, en general los no consumidores, prefieren mujeres de diferentes formas, pero con ciertas características corporales grandes como lo son la cola, las piernas y los senos, o sea, las zonas erógenas. A pesar de que sus características no son tan desiguales, el general deseado por lo no consumidores y de los consumidores presenta grandes similitudes.

**TABLA 17: CARACTERÍSTICAS CORPORALES MÁS DESEADAS DE LOS NO CONSUMIDORES**

| <b>Características corporales más deseadas de los consumidores</b> | <b>Numero de encuestados</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|--------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------|
| Delgada / Flaca                                                    | 15                           | 57,7                  |
| Gruesa / Trozuda                                                   | 13                           | 50                    |
| Voluminosa / Gordita                                               | 5                            | 19,2                  |
| Estatura baja                                                      | 8                            | 30,8                  |
| Estatura media                                                     | 19                           | 73,1                  |
| Estatura alta                                                      | 9                            | 34,6                  |
| Cola grande                                                        | 22                           | 84,6                  |
| Cola pequeña                                                       | 3                            | 11,5                  |
| Senos grandes                                                      | 12                           | 46,2                  |
| Senos pequeños                                                     | 11                           | 42,3                  |
| Cadera anchas                                                      | 16                           | 61,5                  |
| Cintura de avispa                                                  | 13                           | 50                    |
| Labios vaginales pequeños                                          | 16                           | 61,5                  |
| Labios vaginales grandes                                           | 8                            | 30,8                  |
| Piernas gruesas                                                    | 19                           | 73,1                  |
| Piernas delgadas                                                   | 8                            | 30,8                  |
| Con cirugías estéticas                                             | 3                            | 11,5                  |
| Cabello largo                                                      | 16                           | 61,5                  |
| Cabello corto                                                      | 12                           | 46,2                  |
| Piel oscura                                                        | 5                            | 19,2                  |
| Piel clara                                                         | 18                           | 69,2                  |
| Ojos oscuros                                                       | 15                           | 57,7                  |
| Ojos claros                                                        | 12                           | 46,2                  |

Fuente: Elaboración propia

Otra característica apetecida por los hombres es el buen discurso (ver *gráfica 5: ideal de mujer llamativa*), aunque el cabello largo para los consumidores es mucho más indispensable (ver *tabla 17: características corporales más deseadas de los no consumidores*) y para sorpresa de muchos, desean un maquillaje suave (ver *tabla 18: Maquillaje ideal de la trabajadora sexual*) a uno muy llamativo y exagerado, pues esconden las verdaderas facciones de su rostro.

**TABLA 18: MAQUILLAJE IDEAL DE LA TRABAJADORA SEXUAL**

| No consumidor    |                | Consumidor       |                |
|------------------|----------------|------------------|----------------|
| Maquillaje ideal | Porcentaje (%) | Maquillaje ideal | Porcentaje (%) |
| Llamativo        | 13             | Llamativo        | 33,33          |
| Suave            | 18             | Suave            | 53,33          |
| No llevar        | 2              | No llevar        | 13,33          |

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, los consumidores y los no consumidores a pesar de coincidir en gustos sobre las características, la forma y como debe verse el cuerpo de la mujer, se diferencian en los juicios que tienen sobre el cuerpo de una mujer trabajadora sexual. Porque en las encuestas hechas se observó que los consumidores tienen una percepción, de instrumento: porque los hombres solo las ven para su recreación y generación de placer. Donde lo dijeron literalmente unos encuestados: “Lo percibo como un objeto sexual” “me genera placer, con eso me basta” “solo son mujeres que prestan un servicio para mi diversión”. De belleza pues tienen una buena higiene; cuidan su cuerpo tanto interior como exteriormente, como lo son los tratamientos para la piel y el uso del condón para evitar enfermedades, además de sus olores agradables.

Como lo comentaba un encuestado: “siempre que voy, las mujeres se perciben limpias, huelen rico y cuidan mucho su cuerpo, me atraen mucho”; otro encuestado decía: “el cuerpo de una trabajadora sexual se puede percibir de acuerdo al valor que ella se dé, es decir se determina de acuerdo al valor de la transacción y así mismo el cuidado y la higiene que la trabajadora sexual le da a su cuerpo, este puede pasar de ser algo completamente sensual a desagradable”. Por último, tenían una percepción de curiosidad: al ser mujeres tan experimentadas en el ámbito sexual, los hombres desean saber qué pueden hacer para complacerlos, “me interesa que puedan saber y hacer para satisfacerme a mí”.

Con respecto a los no consumidores, estos tienen una percepción de suciedad, pues la catalogan como personas que no tienen higiene por acostarse con muchos hombres, las personas se espantan, reflejando una actitud machista de nuestra sociedad. Para ilustrar mejor, se agrega lo que dijo uno de los encuestados: “La imagen que proyecta en lo personal es una proyección no muy agradable, incluso poco salubre por motivos de las ETS, adicionalmente por el hecho de imaginar el número y tipo de hombres con quien una trabajadora sexual ha estado ofreciendo sus servicios”; “Lo percibo como un cuerpo experimentado, que ya ha sido tocado y usado por muchos otros cuerpos. La mayoría me dan la impresión de ser descuidados y que no son saludables, son sucios”.

También tiene una percepción de exuberante, porque las trabajadoras sexuales se visten y maquillan de una manera exagerada para mostrar sus atributos, “son cuerpos exagerados que a la larga terminan viéndose desagradables”. Finalmente, lo aprecian como un cuerpo necesitado lleno de tristeza y empatía, puesto que, el pago por servicios sexuales es desvalorizado; transforman el cuerpo como una herramienta porque necesitan el dinero para sobrevivir ellas y sus familias, a causa de que se piensa que las personas que ejercen este oficio vienen de lugares y familias con deficiencias económicas. Pongamos por caso lo que dijeron algunos encuestados: “Es un cuerpo acabado, que necesita o demanda necesidades y/o dinero”; “lo que necesitan es dinero y esta es una manera fácil de ganarlo”.

### **9.3.6. Instancia Social: Percepción del espacio**

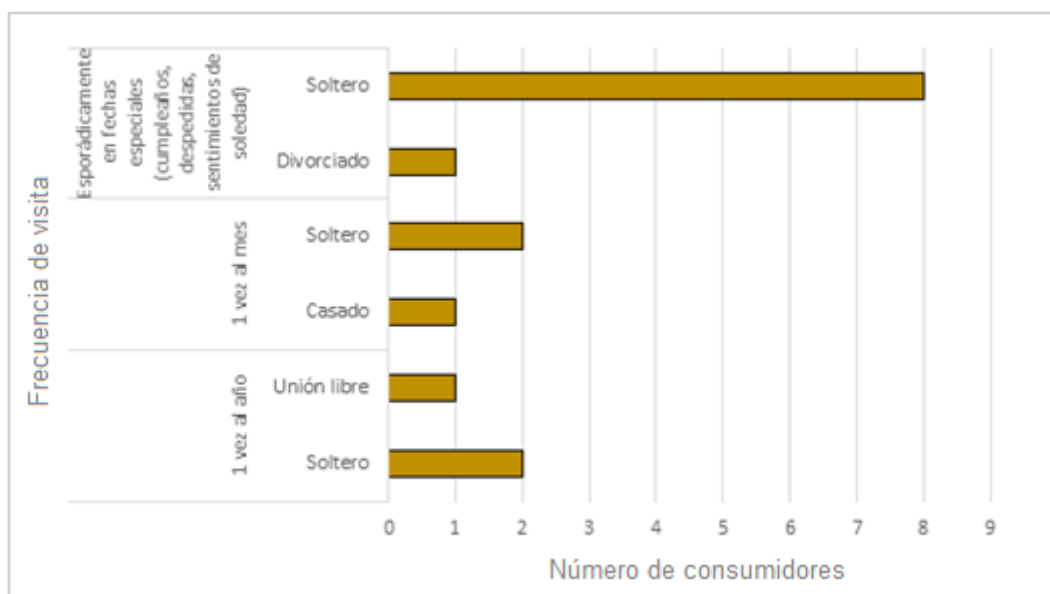
El cuerpo siempre está inmerso en el espacio, en constante desplazamiento donde lo transforma. Estas percepciones del cuerpo en las dimensiones espacio-temporales desarrollan signos y símbolos que se adhieren al cuerpo dándole una dimensión semiótica diferente a la que tendrían en otros espacios. Incluyendo, las significaciones que se dan entre cuerpo y símbolos, pues debemos tener en cuenta que el espacio es un: espacio social. Porque son estos lugares de transferencia sexual continuamente utilizados, batallados y transformados por variados hombres que, eventualmente, están inmersos en diferentes culturas a pesar de estar en una misma sociedad.

La percepción que tenga una persona de los establecimientos donde se vende el cuerpo refleja la construcción social del aspecto global de estos lugares, es así como a partir de características generales se llega a tener una representación del lugar de tal manera que este construya un imaginario y represente un modelo de ciudad, es decir de la percepción que tengan los involucrados (consumidores), se generaliza hacia el resto de la población, en este caso de la

ciudad de Santiago de Cali. A partir de la encuesta realizada a distintos actores de la población caleña se logró identificar que la percepción que tienen los involucrados antes y después de entrar al lugar cambia. Puesto que, se ha generalizado un estándar de presentación de los lugares de transferencia sexual, por ejemplo, en cuanto a la fachada en muchos casos no es “presentable” (no agradable a la vista), pero al entrar al establecimiento la percepción cambia completamente, generando ambientes de comodidad, seguridad, privacidad, entre otros. Sin embargo, se tiende a generalizar todo el establecimiento por dentro y por fuera de acuerdo a como se perciba la fachada.

Así mismo, en la encuesta los consumidores es un total quince encuestados, de los cuales, nueve solteros y un divorciado aseguran que visitan un establecimiento de transferencia sexual esporádicamente; dos solteros y un casado visitan el lugar una vez al mes; y por último dos solteros y una persona en unión libre visitan el establecimiento una vez al año. De esto, se logra identificar que los que frecuentan los lugares donde se vende el cuerpo son en su mayoría solteros y estos van esporádicamente a estos sitios, a continuación, se muestra en la gráfica 6 (*Frecuencia de visita a un establecimiento de transferencia sexual consumidores*) en donde se presenta más claramente la relación de frecuencia de visita a este tipo de establecimientos con el estado civil.

**GRÁFICA 6: FRECUENCIA DE VISITA A UN ESTABLECIMIENTO DE TRASFERENCIA SEXUAL EN LOS CONSUMIDORES**



Fuente: Elaboración propia

También al preguntar sobre la percepción al entrar al establecimiento (*ver tabla 19: Percepción del consumidor al entrar al establecimiento de transferencia sexual*), los consumidores en su mayoría responden que el lugar es cómodo, elegante, seguro y aseado, con estas afirmaciones se logra identificar que la percepción de los involucrados cuando entran al lugar cambia.

**TABLA 19: PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR AL ENTRAR AL ESTABLECIMIENTO DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

| <b>Percepción al entrar al establecimiento</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|------------------------------------------------|-----------------------|
| Divertido                                      | 4,16                  |
| Elegante                                       | 12,5                  |
| Cómodo                                         | 33,3                  |
| Seguro                                         | 16,66                 |
| Aseado                                         | 20,83                 |
| Sucio                                          | 12,5                  |

Fuente: Elaboración propia

Por otro lado, cuando al consumidor se le pregunta: cuál fue la motivación que lo llevo a escoger el lugar, muchos respondieron: por la privacidad y la comodidad, además de ser un factor determinante el precio del cuerpo en el lugar (*ver tabla 20: motivaciones para escoger el lugar de transferencia sexual*). El vínculo con el espacio es múltiple y complejo, porque se debe entender al cuerpo como producido y productor del espacio, todo está distribuido en el espacio por una razón. Dado que, las trabajadoras sexuales en su labor de seducir al hombre, adecuan el espacio para ser observadas, inclusive en este tipo de lugares la ubicación y distribución de los mismos elementos que conforman el espacio, se hace de manera estratégica (mesas, barra, elemento de show erótico, etc.) para ayudar a que sean observadas. Generando, espacios agradables y cómodos para los consumidores y, además, crean una visión más amplia del espacio para las trabajadoras, pues con ello saben quién entra como posible cliente.

**TABLA 20: MOTIVACIONES PARA ESCOGER EL LUGAR DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

| <b>Motivaciones para seleccionar el lugar</b> | <b>Porcentaje (%)</b> |
|-----------------------------------------------|-----------------------|
| Seguridad                                     | 2,85                  |
| Curiosidad                                    | 8,57                  |
| Exclusividad                                  | 8,57                  |
| Precio                                        | 17,14                 |
| Salubridad                                    | 5,71                  |
| Buen ambiente                                 | 14,28                 |
| Privacidad                                    | 20,00                 |
| Comodidad                                     | 22,85                 |

Fuente: Elaboración propia

A partir de lo anterior cabe destacar que la percepción de los que han visitado, así sea una vez este tipo de lugares, es totalmente diferente a quienes nunca han ido. Puesto que, las trabajadoras sexuales y los consumidores no se circunscriben en una localización y distribución, sino que se desplazan a través del espacio que desarrollan en los establecimientos de transferencia sexual, se apropian del espacio para reconstruirlo continuamente. Por otro lado, las personas tienden a estigmatizar estos lugares por vender el cuerpo, generando así, más que cualquier otra cosa, juicios morales que han hecho que muchos actores de la población creen que estos lugares son sucios, desagradables, entre otros, pero en su mayoría estos lugares son aseados y generan al cliente seguridad, además de comodidad y privacidad, porque como en cualquier otro lugar de tipo comercial, la satisfacción del cliente está por encima de todo.

En cuanto a los no consumidores, aseguran que conocen distintos tipos de lugares y que les gustaría ir a alguno de ellos, más que todo por curiosidad. Sin embargo, no han tenido la oportunidad, por lo cual no tienen una representación real de los espacios de transferencia sexual, todo está basado por la percepción de las fachadas de los establecimientos y el juicio moral que tienen sobre el cuerpo de una mujer trabajadora sexual.

Hay que mencionar, además la percepción que tienen las trabajadoras sexuales del espacio en el que ellas laboran. Puesto que, es diferente al de los consumidores, esto se construyó a partir de las entrevistas realizadas, y ellas se refieren a la seguridad y al trato con el cliente. En cuanto a la seguridad que les garantiza el lugar, manifiesta que en ningún lugar se está seguro. Sin embargo, en los establecimientos que se escogieron hay vigilancia en el lugar de negociación

y en este lugar todas las trabajadoras sexuales se cuidan entre sí, pero cuando ya la trabajadora sexual está con el cliente en la habitación, ya es solo el cliente con la chica, como lo cuenta en la entrevista, en la habitación el cliente se puede salir de control, pues no se sabe cómo es el tipo y el comportamiento que vaya a tener al verse ya solo con la chica a la cual ya le pagó por su servicio. La percepción del espacio cambia tanto para el cliente como para la trabajadora sexual, ya no hay vigilancia por parte de la administración del lugar. Si la chica grita es porque el cliente ya la ha agredido, ya depende del manejo que ellas le den a la situación y al cliente, aunque para los establecimientos lo último que importa es la trabajadora sexual, por encima de ellas siempre va a estar el cliente que es quien consume.

## **10. DISCUSIÓN Y CONCLUSIÓN**

En esta sección, la discusión se centrará en aquellos aspectos más relevantes que se han extraído de los resultados obtenidos, dado que no se dispone de elementos específicos de comparación con los cuales contrastar los resultados. Esta investigación en el primer objetivo tuvo como propósito analizar la distribución de los lugares de transferencia sexual. Como primera instancia: en el análisis general de las transferencias sexuales se vio una tendencia importante hacia una distribución espacial con un patrón de comportamiento aglomerado en las comunas dos y tres con un total de 37 establecimientos de 90 y en la zona sur de la ciudad no se encuentra ningún establecimiento, lo que comprueba la hipótesis inicial, de que hay una concentración en la distribución de los establecimientos de transferencia sexual.

Por otra parte, los establecimientos de transferencia sexual fueron clasificados en dos categorías. La primera categoría son los Bares con un total de sesenta y ocho lugares, los cuales obtuvieron una distribución mayormente dispersa, aunque se concentran principalmente en las comunas del centro, y se esparcen hacia el oriente y suroccidente; se logra identificar alta densidad en las comunas tres y nueve. Finalmente, en la técnica de autocorrelación espacial de Moran se dio a conocer un resultado positivo de 0,0319, lo que indica una tendencia de agrupamiento. Con referente a la categoría de Reservados con un total de veintidós lugares, se obtuvo una distribución lineal de norte a sur en la ciudad; presentándose una alta concentración en la comuna dos y, por último, la técnica de autocorrelación espacial de Moran fue de -0,1785, lo que indica un patrón espacial disperso.

Hay que mencionar, que colectivamente las transferencias sexuales tienen una alta densidad en las comunas tres, cuatro y nueve; con la técnica de autocorrelación espacial de Moran se obtuvo

como resultado 0,815 lo que indica una asociación espacial. Debemos agregar que, al dividir los lugares de transferencia sexual en las categorías, éstos pierden la concentración casi perfecta que se halló inicialmente. Lo que demuestra, una interacción entre los establecimientos que permite identificar el patrón, o sea, la continuidad de éstos. También, se encontró que los establecimientos donde se realizan las transferencias sexuales se localizan cerca de vías principales. Además, los establecimientos de transferencias sexuales y los moteles generan una concentración de infraestructuras urbanas relacionadas con los servicios sexuales. Dado que, los lugares donde se presenta la transferencia sexual, tienen a su alrededor varios moteles a su disposición a más de 80 m para algunos casos, pues como se dijo antes los prostíbulos son lugares de negociación y para la consumación de dicho negocio deben dirigirse a otros establecimientos como lo son los moteles. Sin embargo, esto no se cumple, puesto que, al hablar con varias dueñas de los establecimientos de transferencia sexual incluían en sus conversaciones que alquilaban habitaciones en el establecimiento para la relación sexual y multaban a las trabajadoras sexuales si no las utilizaban.

Concretamente, se han observado diferencias estadísticamente significativas que indican poco planeamiento en la distribución de los lugares, pues como se ha mostrado, aunque hay una concentración en la zona central de la ciudad, se está viendo una proliferación de estos sin ningún tipo de restricción, ya que, en el plan de ordenamiento territorial (2014) no se dispone ninguna zona de tolerancia para estos establecimientos, en realidad, no se ha contemplado nada sobre la distribución de los lugares de transferencia sexual en la ciudad, ni para evitar la instalación en suelos residenciales.

Ahora bien, en el objetivo dos de la investigación tuvo como propósito hacer una caracterización del contexto territorial de los lugares de transferencia sexual tanto en bares como en reservados, en el cual el lugar es el articulador de las variables que se utilizaron para este objetivo, como son: paisaje, uso del suelo, imagen pública, accesibilidad y entorno, a partir de ellas se logró llegar a aspectos generales que presentan los lugares de transferencia sexual. Para el contexto espacial se seleccionó una muestra representativa de dieciocho lugares equivalentes al 20% del total de los lugares en la ciudad de Cali, en donde cuatro de ellos son reservados y los catorce restantes son bares.

En primera instancia, se identificó que los establecimientos en donde se comercializa el cuerpo presentan fachadas con un patrón predominante de casas de dos plantas en las cuales el primer piso funciona como bar, discoteca o punto de encuentro y en el segundo piso se encuentran las

residencias en donde se consuma el acto sexual, además que en su gran mayoría no cuentan con letreros que hagan alusión al negocio de la prostitución, porque estos lugares se rigen bajo el código de policía según el cual los establecimientos donde se vende el cuerpo no pueden hacer publicidad en vías públicas. Puesto que, la publicidad y direcciones se pueden encontrar en internet, pero sí utilizan símbolos de reconocimiento como: placas grandes para hacer visible la nomenclatura, además que en algunos establecimientos hay letreros que indican que se reciben tarjetas de crédito y débito, es decir que existe algún tipo de comercio dentro de la casa, en cierta medida dan al consumidor accesibilidad en cuanto al pago. También, estos establecimientos en su mayoría se encuentran ubicados cerca de panaderías, restaurantes, moteles, talleres, entre otros lugares de tipo comercial, esto se debe a que los lugares de transferencia sexual están en funcionamiento sobre áreas de actividad mixta, es decir en donde el comercio está más presente.

Por otra parte, la mayoría de los establecimientos se encuentran cerca de vías principales, lo que indica que la accesibilidad a los lugares de transferencia sexual es alta, es decir que el patrón de localización de estos lugares está sobre vías principales con un porcentaje del 61%, pero el acceso al parqueo se encuentra limitado, debido a que el 56% de los establecimientos de la muestra tienen un acceso a parqueo nulo. Asimismo, al estar sobre vías principales la imagen pública que generan estos lugares no es la mejor, hay mayor cantidad de habitantes de la calle, además que al estar en una zona comercial se generan más basuras alrededor del lugar, haciendo que este se vea poco aseado, aunque en su interior sea todo lo contrario. Por ello, la imagen urbana que tienen las personas sobre este tipo de establecimientos es difícil de aclarar, porque ya tienen un imaginario de cómo es el lugar a partir de la actividad que allí se realice. Es decir, que se tiene una concepción en donde la mujer que vende el cuerpo es sucia, por ende, donde se realice esta práctica también es sucio, haciendo un juicio de valor a la actividad más que el establecimiento en sí. Sin embargo, así como para escoger un cuerpo, el cliente observa y compra, de la misma manera va escoger si entrar o no al lugar.

Terminando, en el tercer objetivo de esta investigación se comprueba las hipótesis propuestas en el marco teórico, a partir de los datos expuestos en donde el cuerpo de la trabajadora sexual es un **territorio**, pero comercial, administrado y vendido por ella misma. Ya que, tiene diferentes dimensiones corporales; está delimitado por el espacio que ocupa consensuado por su subjetividad dentro del establecimiento de acuerdo al comportamiento y estética del cliente. Tienen una identidad que lo diferencia de los demás cuerpos. Dado que, deben tener un cuerpo

estétizado, maquillaje y vestimentas asociadas al trabajo. También, es un escenario donde se desarrolla todas las relaciones sociales, las negociaciones de la aceptación de venta, la producción de belleza y de marketing con la imagen corpórea de éste, es un territorio que otorga poder y tiene poder, cambiable y mutable a lo largo de su vida por fuera y dentro del establecimiento.

Además, este corpo-territorio comercial nunca permanece inmóvil ya que su localización puede llegar a ser imprecisa, es una construcción histórica, cultural y social donde es reconstruido por otros cuerpos que lo desean. En este sentido, se ha permitido la expansión del comercio sexual como nunca antes, dejando a los individuos a merced del mercado con aumentos de nuevos productos, lugares y servicios que transforman la cultura, la sociedad, el espacio y las costumbres sexuales donde “la mujer ha sido invisibilizada en su deseo y, con ello, despojada de “autoridad” sobre su cuerpo”<sup>52</sup>. Puesto que, ellas deben modificar y controlar su cuerpo para y por sus clientes, que desean mujeres corporalmente perfectas, insertadas en los ideales sociales de cada cultura, asociados a una sociedad patriarcal, al ascenso del individualismo y del consumismo. Estas reglas que se establecen en la sociedad, se incorporan en el territorio corporal, y funcionan como estructuras que permiten la construcción de la realidad, estableciendo sus cuerpos como un territorio comercial capaz de ser apropiado por otros generando prácticas y representaciones reflejadas en el espacio erótico del establecimiento de transferencia sexual.

Asimismo, la trabajadora sexual transforma su cuerpo en una mercancía que circula en la ciudad, donde debe mantener ciertas características para ser consumible en vista de que, debe mantener a lo largo de los años un rostro y un cuerpo agradable, haciéndolo parte de la cultura misma, puesto que la mirada es el canal de deseo. Los cuerpos sexualizados se ponen en práctica como territorios comerciales al construirse entre lo que se considera como saludable y lo que se percibe como estético. A la hora de hablar de los ejercicios físicos y alimenticios, resultaba evidente que lo que parecía primar eran los beneficios estéticos y el poder de modificación corporal de los mismos, para llamar la atención de los clientes que llegaban al establecimiento que requieren sus “actividades comerciales”. Con ello, se constató que los hábitos saludables (deportivos, alimenticios y de cuidado personal) son de carácter

---

<sup>52</sup> PICÓN. Op. Cit., p. 1.

fundamental para poder prestar este tipo de servicios, pues es el cuerpo el que está en venta y, por ende, este debe de estar bien cuidado si lo que se necesita es multiplicar su dinero.

Ahora bien, este corpo-territorio comercial lleno de símbolos e imágenes catalogado como un factor de individualización, donde se definen relaciones de poder y control sobre ellos, que determinan los espacios a utilizar, las normas y los límites, inmerso en distintos espacios eróticos que se pueden configurar de acuerdo a percepciones ya sean individuales o colectivas. Parafraseando a Silva<sup>53</sup> los imaginarios o percepciones no son solo representaciones en abstracto, sino que personifican o se incorporan en los cuerpos o en los espacios, en los cuales agregamos sentimientos que se archivan en el cerebro. De ahí que todo objeto emergido en el espacio urbano no sólo tenga su función de utilidad, sino que pueda recibir una valoración imaginaria que lo dota de otra sustancia representacional. Por ello, todo está distribuido en el espacio por una razón. Dado que, todo lo que está dentro de los establecimientos de transferencia sexual se adecua de manera estratégica (mesas, barra, elementos de show erótico, etc.) y así mismo, el lenguaje simbólico erótico que se desarrolla en todo el establecimiento que ayuda a la trabajadora sexual a observar el cliente y ser observada por el cliente; generando, espacios agradables y cómodos para los consumidores.

En virtud de ello, el imaginario que tenga una persona de los establecimientos donde se vende el cuerpo refleja la construcción social del aspecto global de estos lugares, es así como a partir de características generales se llega a tener una representación del lugar de tal manera que este construya un imaginario y represente un modelo de ciudad erótica, es decir la percepción que tengan los involucrados, se generaliza hacia el resto de la población, en este caso de la ciudad de Santiago de Cali. Sin embargo, se debe tener en cuenta que los consumidores y no consumidores tienen diferentes imaginarios de estos establecimientos, respectivamente uno dice que es cómodo, aseado y agradable y el otro dice que son sucios y desagradables. Además, el encuentro y el consumo de los corpo-territorios comerciales son un tabú, discriminado y prohibido en la sociedad, los imaginarios de los consumidores son delimitados a un grupo muy pequeño entre ellos y por el miedo a ser juzgados, considerando que son muchos los que van a estos establecimientos.

Para finalizar esta sección, en la actualidad, como es sabido, tocar el tema de la prostitución ha dibujado un sin número de propuestas e investigaciones relevantes del tema y que a la larga

---

<sup>53</sup> SILVA. Op. cit. 390 p.

son muy complejas y difíciles de superar, no solo por su globalidad, sino también por los juicios morales. Sin embargo, esta investigación se centró en el establecimiento y el cuerpo de la mujer en las transferencias sexuales. Puesto que, el cuerpo de una trabajadora sexual, visto desde una perspectiva comercial, genera cambios espaciales y perceptivos en la ciudad, donde la mujer que vende su cuerpo deja atrás lo que es en la cotidianidad y se convierten en expertas en el juego de la seducción y el erotismo para complacer al cliente. Por ello, la forma de representación del cuerpo y las técnicas de seducción, modifican el espacio en donde se comercializa el cuerpo dándole significado a los lugares de transferencia sexual. También, las características físicas (fachada, entorno, accesibilidad, imagen pública y paisaje) que poseen los mismos y la práctica que se desarrolla genera en los involucrados, juicios de valor.

## 11. REFERENCIAS

ALCALDIA DE SANTIAGO DE CALI. Datos de Cali y el Valle del Cauca. [en línea]. 2017. [revisado el 14 de abril de 2018]. Disponible en internet: [http://www.cali.gov.co/publicaciones/227/datos\\_de\\_cali\\_y\\_el\\_valle\\_del\\_cauca/](http://www.cali.gov.co/publicaciones/227/datos_de_cali_y_el_valle_del_cauca/).

\_\_\_\_\_. Plan de ordenamiento territorial. [en línea]. 2014. [revisado el 15 de abril de 2018]. Disponible en internet: [http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/106497/pot\\_2014\\_idesc/](http://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/106497/pot_2014_idesc/).

\_\_\_\_\_. Documento técnico de soporte – Revisión ordinaria del plan de ordenamiento territorial de Santiago de Cali, diciembre de 2014. 1057 p.

AGUILAR, Hildegardo Córdova. Los lugares y no lugares en geografía. En: Espacio y Desarrollo. 2008. no. 20, p. 5-17.

ANSELIN, Luc. "Spatial Autocorrelation Refresher". CSISS. [en línea]. 2013. Illinois: Department Agricultural and Consumer Economics University of Illinois, Urbana-Champaign. Disponible en internet: [sal.agecon.uiuc.edu/courses/se/pdf/w2\\_spauto\\_slides.pdf](http://sal.agecon.uiuc.edu/courses/se/pdf/w2_spauto_slides.pdf).

BUNGE, Mario. La ciencia. Su método y su filosofía, 3 Ed. Santafé de Bogotá, Panamericana. 1996. 791p.

BUZAI, Gustavo. Conceptos fundamentales del análisis espacial que sustentan la investigación científica basada en geotecnologías. En: Geografía, geotecnología y análisis espacial: tendencias, métodos y aplicaciones. Santiago de Chile: Triángulo. 2015. p. 56 – 72.

CALDERÓN, Tatiana. Aproximaciones sobre el cuerpo y la estética: Una reflexión psicológica sobre la feminidad. En: Revista Electrónica de Psicología Social “Poiésis”. Junio, 2013. no. 25, 14 p.

COLOMBIA, CONGRESO DE LA REPÚBLICA, Ley 388. (18, Julio 1997), Por la cual se modifica la Ley 9 de 1989, y la Ley 2 de 1991 y se dictan otras disposiciones, Bogotá, 1997. 26 p.

DE SIMONE, Rosa Liliana. Deseos urbanos: género, erotismo y consumo en la ciudad contemporánea. En: Planeo. Febrero, 2016. no. 26, 15 p.

DÍAZ, J. Mataix. Culto al cuerpo: ¿cuál es el precio de la belleza? En: El sevier: Actas Dermo-sifiliográficas, 2012. vol. 103, no. 8, p. 655 – 660.

DON COLOMBIA. Don: zona experiencias. [en línea], 2016 [revisado el 15 de abril de 2018]. Disponible en internet: <https://doncolombia.com/foro/>.

DOUGLAS, Mary. Símbolos naturales. Madrid, España: Alianza Editorial. 1978. 209 p.

ESRI ArcGIS Desktop. Análisis de proximidad. [en línea], 2016 [revisado el 05 de mayo de 2018]. Disponible en internet: <http://desktop.arcgis.com/es/arcmap/10.3/analyze/commonly-used-tools/proximity-analysis.htm>.

FOUCAULT, Michael. Las tecnologías del yo y otros textos afines. Barcelona: Paidós. 1990. 150 p.

FOUCAULT, Michel & DEFERT, Daniel. El cuerpo utópico: las heterotopías. Nueva visión. 2010. 73 p.

FREUD, Sigmund. Puntualizaciones sobre el amor de transferencia. En: Obras completas. 1915. vol. 12, 160-174 p.

GERVILLA CASTILLO, Enrique. La tiranía de la belleza, un problema educativo hoy. La estética del cuerpo como valor y como problema. En: Teoría de la Educación, 2009. vol. 14, 185-206 p.

GÓMEZ MONTAÑEZ, Gustavo & MAHECHA DELGADO, Ovidio. Espacio, territorio y región: conceptos básicos para un proyecto nacional. Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía. 1998. vol. 7, p. 120-134.

GUBERN, Román. Estereotipos femeninos en la cultura de la imagen contemporánea. Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura. 1984. no. 9, p. 33-40.

HAKIM, Catherine. Honey Money: The Power of Erotic Capital. Reino Unido: Penguin Books Ltd, 2012. 360 p.

HAN, Byung-Chul. La agonía del Eros. España: Herder, 2014. 79 p.

HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto; FERNANDEZ C, Carlos y BAPTISTA, Lucio. Metodología de la investigación. 6 edición. México: McGRAW-HILL, 2014. p. 399-401.

HERRA, Luis Alonso. Cruising: la apropiación fortuita del espacio público para mantener relaciones sexuales esporádicas entre hombres. En: Revista Rupturas, 2016. vol. 6, no. 2, p. 329-344.

HODGE, Derrick. Colonization of Cuban Body. The Growth of Male Sex Work in Havana. En: NACLA, Report of the Americas, 2001. vol. 34, no. 5, p. 20-28.

ICONTEC. Norma Técnica Colombiana NTC 1486. Documentación. Presentación de tesis, trabajos de grado y otros trabajos de investigación. Sexta actualización. 2008-08-04. 41 p.

ICONTEC. Norma Técnica Colombiana NTC 5613. Referencias Bibliográficas. Contenido, forma y estructura. Editada. 2008-08-04. 38 p.

JULIANO, Dolores. El trabajo sexual en la mira. En: Cuadernos pagu, 2005. vol. 25, p. 79-106.

KOHAN, Martín. De putas. En: Mora: Buenos Aires, 2009. vol. 15, no. 2, p. 159 - 166.

LAMAS, Marta. Trabajo sexual e intimidad. En: Ciencias Antropológicas. 2017. vol. 24, no. 68, p. 11-34.

LE BRETON, David. Antropología del cuerpo y modernidad. Buenos Aires: Nueva Visión. 1995. 254 p.

LÓPEZ, Fernando. La accesibilidad en evolución: La adaptación persona entorno y su aplicación al medio residencial en España y Europa. Tesis doctoral, Barcelona. Departament de Dret Public i Ciències Historicojurídiques, Universitat Autònoma de Barcelona. 2016. 319 p.

LÓPEZ, Liliana & RAMÍREZ, Blanca. Pensar el espacio: región, paisaje, territorio y lugar en las ciencias sociales. En: el Seminario la Noción del Territorio y sus Revisiones Teóricas. Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco. México, 2010. p. 21 - 48.

LYNCH, Kevin. *The image of the city*. MIT press, 1960. 208p.

MAHECHA, Ovidio Delgado. Debates sobre el espacio en la geografía contemporánea. Universidad Nacional de Colombia, 2003. 157 p.

MÉNDEZ, Lourdes. Cuerpo e identidad: modelos sexuales, modelos estéticos, modelos identitarios. Blanco, Miñambres y Miranda (coords.). Pensando el cuerpo, pensando desde un cuerpo. Universidad de Castilla La Mancha, Albacete, 2002, p. 123-137.

MCDOWELL, Linda. Género, identidad y lugar: un estudio de las geografías feministas. Universitat de València, 2000. 399 p.

MILÁN, Melissa. El cuerpo como territorio. Bitácora Urbano Territorial. 2017. vol. 27, no. 3, p. 155-160.

MUNÁRRIZ, Luis Álvarez. La categoría del paisaje cultural. AIBR: Revista de Antropología Iberoamericana, 2011, vol. 6, no. 1, p. 58-80.

MURRAY, Spiegel & LARRY, Stephens. Estadística/Theory and problems of statistics. México, D.F.: Mc Graw-Hill, 2009. 4a edición. 577 p.

NASCIMENTO, Luis Fernando; BATISTA, Getulio; DIAS, Nelson; CATELANI, Celso; BECKER, Daniela & RODRIGUES, Luciana. Análise espacial da mortalidade neonatal no Vale do Paraíba, 1999 a 2001. En: Revista Saúde Pública, 2007. vol. 41, no. 1. p. 94 – 100. Citado por: MELO, Cristina Emiliana & MATHIAS, Thais Aidar de Freitas. Distribución y auto-correlación espacial de indicadores de la salud de la mujer y del niño en el estado de Paraná, Brasil. En: Revista Latino de Enfermagem [Internet], 2010. 10 p. Disponible en: [http://www.scielo.br/pdf/rlae/v18n6/es\\_19.pdf](http://www.scielo.br/pdf/rlae/v18n6/es_19.pdf).

PATEMAN, Carole. El contrato sexual. México: Antropos, 1995. 318 p.

PEREZ, Elena & ROMERO, Gabriela. Imagen corporal en mujeres de tres zonas rurales de México: percepción y deseo. En: Salud pública de México [revista en la Internet]. 2010. Vol. 52, No 2; 111-118 p.

PICÓN, Jessica. El Cuerpo Femenino en el contexto de la Globalización. En: VIREF Revista de Educación Física, 2013. vol. 1, no. 1, p. 25-29.

PÍREZ, Pedro. Actores sociales y gestión de la ciudad. En: Ciudades, 1995, vol. 28, p. 8-14.

PITA, Salvador & PÉRTEGAS, Sonia. Investigación cuantitativa y cualitativa. En: Cuadernos de atención primaria. 2002. vol. 9, p. 76-8.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. Diccionario de la lengua española. Transferir. Edición del tricentenario [en línea], 2017 [revisado 10 de agosto de 2018]. Disponible en internet: <http://dle.rae.es/?id=aJH8a9T>.

\_\_\_\_\_. Diccionario de la lengua española. Accesibilidad. Edición del tricentenario [en línea], 2017 [revisado 13 de septiembre de 2018]. Disponible en internet: <http://dle.rae.es/?id=0K1pVg8>.

\_\_\_\_\_. Diccionario de la lengua española. Entorno. Edición del tricentenario [en línea], 2017 [revisado 15 de septiembre de 2018]. Disponible en internet: <http://dle.rae.es/?id=FjFtqZ3>.

\_\_\_\_\_. Diccionario de la lengua española. estética. Edición del tricentenario [en línea], 2017 [revisado 1 de octubre de 2018]. Disponible en internet: <http://dle.rae.es/?id=GrPCrf2>.

RODRIGUEZ, German & DUQUE, Absi. Análisis de la dinámica espacial de los lugares de encuentro sexual de la población de hombres que tienen sexo con hombres en Santiago de Cali. Trabajo de grado Geógrafo. Santiago de Cali: Universidad del Valle. Facultad de Humanidades. Departamento de Geografía, 2017. 106 p.

SALABERRIA, Karmele; RODRÍGUEZ, Susana & CRUZ, Soledad. Percepción de la imagen corporal. En: Osasunaz: Cuadernos de ciencias de la salud. Agosto, 2007. vol. 8, no. 2, p. 171-183.

SENNET, Richard. Carne y piedra, el cuerpo y la ciudad en la civilización occidental. 1997. Citado por DE SIMONE, Rosa Liliana. Deseos urbanos: género, erotismo y consumo en la ciudad contemporánea. En: Planeo. Febrero 2016. no. 26, 15 p.

SILVA, Armando. Imaginarios Urbanos. 5<sup>ta</sup> edición. Colombia, Bogotá: Nomos. 2006. 390 p.

SILVA, Armando. Imaginarios urbanos [en línea], 2013 [revisado el 19 de octubre de 2018]. Disponible en internet: <http://www.imaginariosurbanos.net/es/>.

SMITH, Michael; GOODCHILD, Michael & LONGLEY, Paul. Geospatial analysis. Leicester: Matador, 2007. 394 p.

TURNER, Bryan. El cuerpo y la sociedad. México: Fondo de Cultura Económica, 1989. 301 p.

VIDAL I MORANTA, Tomeu & POL, Enric. La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. En: Anuario de Psicología. 2005. vol. 36, no. 3, p. 281-297.

WALDER, Paul. El cuerpo fragmentado. Polis: revista Latinoamericana. Abril, 2004. no. 7. p. 12.

## 12. ANEXOS

### ANEXO 1: DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE A PARTIR DE LOS INDICADORES EN LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL

| Categoría  | Barrio        | Nombre            | PAISAJE                                                                                                                                  |                                                                                                                                                        |                                                                                                                            |
|------------|---------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|            |               |                   | Fachada                                                                                                                                  | Visibilidad                                                                                                                                            | Emplazamiento                                                                                                              |
| Reservados | Cámbulos      | Establecimiento 1 | Son dos casas en una, con varios balcones, pequeñas ventanas.                                                                            | Solo presenta la placa exageradamente grande.                                                                                                          | Está ubicado en la esquina de una cuadra.                                                                                  |
|            | Norte         | Establecimiento 2 | La casa es de un solo piso no presenta placa, color café, con un garaje y antejardín amplio.                                             | No presenta nombre y no hay placa visible.                                                                                                             | Tiene muchos árboles a su alrededor y casas residenciales. Al frente de esta se encuentra la carrilera con una zona verde. |
|            | Norte         | Establecimiento 3 | casa de dos plantas, antejardín amplio y con división con parqueaderos, portones amplios                                                 | No tiene letrero que haga alusión a que se ofrecen chicas, la placa no se identifica muy bien.                                                         | Zona de poco tráfico vehicular, universidad, panadería y restaurante cerca. Poco comercio, ubicado a mitad de cuadra.      |
|            | Av. Roosevelt | Establecimiento 4 | Casa de dos planta, color blanco en el primer piso y el segundo piso color beige, antejardín amplio, una sola puerta y un portón grande. | No cuenta con letrero, pero si tiene la dirección bien definida, además tiene dos placas que hace alusión a que se reciben tarjetas MasterCard y visa. | Está ubicada a mitad de cuadra, fácil acceso, árboles y casas habitadas cerca, poco comercio, cerca residencias.           |
| Bar        | Chiminangos   | Establecimiento 5 | Es una casa de dos plantas: el primero funciona como juegos de billar y el segundo piso                                                  | Su nombre es visible pero no su placa, no tiene avisos que digan que hay chicas disponibles.                                                           | Está ubicado entre una Panadería y una casa de ventas de partes de carro.                                                  |

|  |             |                    |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                 |                                                                                  |
|--|-------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|
|  |             |                    | es el prostíbulo. Al lado izquierdo se encuentra una panadería. No presenta ningún tipo de ventanas.                                                                         |                                                                                                                 |                                                                                  |
|  | El Diamante | Establecimiento 6  | Es un local esquinero, tiene un aviso grande, presenta placa, es de color verde. No tiene ventana, solo tiene una puerta.                                                    | El local es bastante visible como también su anuncio con mujeres atractivas, semi-desnudas. No presenta placas. | esta localizado entre casas residenciales                                        |
|  | Obrero      | Establecimiento 7  | Local pequeño, de un solo piso. De color blanco y negro. No tiene ventanas solo la puerta.                                                                                   | Placa no tiene, pero si es visible su nombre. No tiene algún anuncio de chicas.                                 | Está ubicado entre dos restaurantes.                                             |
|  | San Nicolás | Establecimiento 8  | Son varias casas en una de color rojo oscuro, tiene tres pisos, el primero actúa como el bar y el segundo aparentemente son habitaciones pues tiene muchas ventanas oscuras. | Es una casa visible por sus anuncios (Chicas, nombres en neón) más que por su ubicación                         | Está ubicado en una calle ancha alrededor de bodegas, parqueaderos y otros bares |
|  | Centro      | Establecimiento 9  | Es una casa de color amarillo y café, de aspecto colonial. Se asemeja a una casita de pueblo                                                                                 | Nombre visible, tiene comercio informal alrededor. placa no presenta.                                           | Es una casa esquinera, alrededor de muchos locales comerciales y parqueaderos.   |
|  | Sameco      | Establecimiento 10 | Es un local donde no se haya ventanas                                                                                                                                        | Su placa es visible como su nombre pero no                                                                      | A los alrededores del local hay bares                                            |

|  |              |                    |                                                                                                                                             |                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                    |
|--|--------------|--------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |              |                    | solo tiene dos puertas. Es de color negro y rojo.                                                                                           | tiene ningún anuncio sobre las trabajadoras sexuales                                                                             | y una fotocopidora (Anillando) y locales de venta de zapatos.                                                                                                                                                      |
|  | Sur          | Establecimiento 11 | Es una casa de dos pisos con una pequeña puerta y ventanas espejo. Es de color café.                                                        | Su placa es visible pero pequeña. No tiene su nombre ni tampoco algún tipo de imagen que indique que hay chicas o que es un bar. | Está en el medio de dos restaurantes (Búfalo y China Sur)                                                                                                                                                          |
|  | Menga        | Establecimiento 12 | Es un local de un solo piso, de color blanco, tiene dos puertas negras, no tiene ventanas ni placa,                                         | su nombre es visible, no tiene placa y tiene el anuncio de la figura de una chica,                                               | Al lado derecho hay un motel (Menga), al lado derecho hay locales comerciales.                                                                                                                                     |
|  | Ciudad Capri | Establecimiento 13 | Es una casa de dos pisos, de color blanco y negro, ventanas oscuras,                                                                        | Su placa es visible, no tiene ningún anuncio asociado que es un bar ni mucho menos que hay trabajadoras sexuales.                | Está ubicado sobre una vía donde hay una lavandería y una venta de cerámicas. A sus alrededores no hay muchos locales solo hay casas residenciales. Al frente de esta casa está la estación de Refugio del masivo. |
|  | La floresta  | Establecimiento 14 | Es una casa esquinera de color verde, aparentemente solo son juegos de billar. De dos pisos. Tiene dos ventanas grandes en el segundo piso. | presenta placa, tiene avisos sobre las trabajadoras sexuales. Son imágenes de mujeres semi-denudas                               | Esta alrededor de otros bares y dos prostíbulos más, moteles y peluquerías.                                                                                                                                        |
|  | Oeste        | Establecimiento 15 | casa de dos plantas color rojo, con balcón y un                                                                                             | presenta letrero en la segunda planta muy llamativa y en                                                                         | Ubicado a mitad de cuadra, al lado edificio san Antonio del rio,                                                                                                                                                   |

|  |             |                    |                                                                                                                         |                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                    |
|--|-------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |             |                    | portón grande, antejardín amplio                                                                                        | la cortina del primer piso también tiene el nombre del local, no hace alusión al trabajo sexual                                                   | tráfico vehicular moderado, además cerca río.                                                                                                      |
|  | San Vicente | Establecimiento 16 | Casa de dos plantas color verde, en el primer piso portón con vigilante, funciona bar y en el segundo piso residencias. | Cuenta con letreros llamativos, rostro de una mujer en el aviso, doble letrero tanto en el bar como en las residencias.                           | Ubicado a media cuadra, al lado parqueadero de motos, bastantes arboles alrededor, al lado hotel, además funeraria camposanto metropolitano norte. |
|  | 4 esquinas  | Establecimiento 17 | Casa de una planta colores pálidos no llamativos, no hace alusión a venta de chicas, parece una casa normal.            | La placa no se ve bien, además no tiene letrero que se identifique ni como bar ni venta de chicas. Cerca muchas plantas de separadores de calles. | Cerca licores las 4 esquinas, y bar garabito, además talleres y venta de motos, panadería y restaurantes.                                          |
|  | La floresta | Establecimiento 18 | casa de dos plantas, tiene su letrero haciendo alusión a una mujer sexi, aunque también pasa como discoteca video bar   | Letrero llamativo en neón, se ve muy bien, las placas de la dirección son muy claras.                                                             | Ubicado cerca de otro bares, y establecimientos de trabajo sexual, moteles y peluquerías.                                                          |

**ANEXO 2: IMAGEN PÚBLICA A PARTIR DEL INDICADOR DE SANEAMIENTO EN LOS LUGARES DE TRANSFERENCIA SEXUAL**

| <b>Categoría</b>  | <b>Barrio</b> | <b>Nombre</b>     | <b>Imagen pública – Saneamiento</b>                                                                                                                                        |
|-------------------|---------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Reservados</b> | Cámbulos      | Establecimiento 1 | La casa se ve muy limpia y un color blanco muy reluciente, a su alrededor si se encuentran basuras en los demás locales.                                                   |
|                   | Norte         | Establecimiento 2 | Tiene un aspecto limpio y residencial.                                                                                                                                     |
|                   | Norte         | Establecimiento 3 | Lugar con aspecto limpio, además la zona parece ser limpia, ya que solo cuenta con casas habitadas.                                                                        |
|                   | Av. Roosevelt | Establecimiento 4 | Tiene aspecto de ser un lugar limpio a pesar de que se encuentran algunos escombros cerca, no se evidencian basuras.                                                       |
| <b>Bar</b>        | Chiminangos   | Establecimiento 5 | A sus alrededores del prostíbulo se encuentran talleres y ventas de partes de carros lo que hace que los andenes se vean sucios, y hay basuras abandonadas en los andenes. |
|                   | El Diamante   | Establecimiento 6 | Hay locales de compraventa, en la próxima esquina hay una panadería. Las calles se ven bien, no hay basuras abandonadas.                                                   |
|                   | Obrero        | Establecimiento 7 | No es agradable a la vista el local, se ve sucio y de mal aspecto. En su                                                                                                   |

|  |              |                    |                                                                                                                                                                                              |
|--|--------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  |              |                    | alrededor se encuentran basuras en la esquena y en los bordes de los andenes.                                                                                                                |
|  | San Nicolás  | Establecimiento 8  | La fachada no se ve sucia, ni tampoco hay ropa colgando fuera de este, hay bodegas y locales a su alrededor que no presentan un aspecto desagradable a la vista. No hay basuras abandonadas. |
|  | Centro       | Establecimiento 9  | Como hay muchos locales y por ende mucha dinámica tiende a tener un aspecto abandonado y sucio.                                                                                              |
|  | Sameco       | Establecimiento 10 | Tiene buen aspecto, no se encuentran basuras ni tampoco se ven las fachadas de los locales sucias.                                                                                           |
|  | Sur          | Establecimiento 11 | Está ubicado sobre una vía principal. Hay otros negocios lejos de este, pero, hay muchos apartamentos y casa residenciales.                                                                  |
|  | Menga        | Establecimiento 12 | Es un local de un solo piso que tiene un aspecto agradable, pero, su alrededor no lo tiene, es sucio y hay mucha arena y basuras en los bordes del andén.                                    |
|  | Ciudad Capri | Establecimiento 13 | Su aspecto es limpio tanto la casa como su alrededor                                                                                                                                         |

|  |             |                    |                                                                                                                                                           |
|--|-------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | La floresta | Establecimiento 14 | El aspecto del local es feo, sucio y desagradable. A su alrededor también da el aspecto de ser sucio.                                                     |
|  | Oeste       | Establecimiento 15 | Aspecto del lugar de limpieza, no basura cerca, es un lugar agradable a la vista, el lugar llamativo y confiable.                                         |
|  | San Vicente | Establecimiento 16 | No tiene buen aspecto, cerca construcciones que hacen que haya escombros, además las casas no son tan bonitas.                                            |
|  | 4 esquinas  | Establecimiento 17 | Lugar de aspecto feo y sucio, bastante comercio lo que hace que se acumule basuras y el lugar se vea feo, además de que hay vendedores ambulantes.        |
|  | La floresta | Establecimiento 18 | El local no tiene buen aspecto, por la fachada no parece muy limpio, además, en la zona hay acumulación de basura que hace que el lugar no sea agradable. |

## ANEXO 3: ENCUESTA

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div><h3>Percepción del Cuerpo y el Lugar en las Transferencias Sexuales</h3><p>Esta encuesta se realiza con el fin de analizar las percepciones que tiene los involucrados tanto de los lugares que prestan servicios sexuales como de los cuerpos de mujeres en venta.</p><p><small>*Obligatorio</small></p><div><div>Datos Generales</div><div><div>Comuna *</div><div>Tu respuesta</div></div><div><div>Barrio *</div><div>Tu respuesta</div></div><div><div>Rango de edad *</div><div><div><input type="radio"/> 18 - 25 años</div><div><input type="radio"/> 26 - 35 años</div><div><input type="radio"/> 36 - 45 años</div><div><input type="radio"/> 46 - 55 años</div><div><input type="radio"/> Mayor de 55 años</div></div></div><div><div>Estado civil *</div><div><div><input type="radio"/> Soltero</div><div><input type="radio"/> Casado</div><div><input type="radio"/> Divorciado</div><div><input type="radio"/> Unión libre</div><div><input type="radio"/> Viudo</div></div></div><div><div>Ocupación *</div><div><div><input type="radio"/> Estudiante</div><div><input type="radio"/> Trabajador</div><div><input type="radio"/> Otro:</div></div></div><div><div>Ganancias mensuales *</div><div><div><input type="radio"/> Menos de 400.000</div><div><input type="radio"/> De 400.001 a 800.000</div><div><input type="radio"/> De 800.001 a 1.500.000</div><div><input type="radio"/> Mayor a 1.500.000</div></div></div><div><div>Lugar</div><div><div>¿En donde cree que están concentrados los Prostibulos o Reservados o Burdeles u otro lugar donde se pueda acceder a servicios sexuales en Santiago de Cali? *</div><div><div><input type="radio"/> Sur</div><div><input type="radio"/> Norte</div><div><input type="radio"/> Centro</div><div><input type="radio"/> Oriente</div><div><input type="radio"/> Occidente</div><div><input type="radio"/> No sabe</div></div></div><div><div>¿Conoce en la ciudad de Santiago de Cali la localización de Prostibulos o Reservados o Burdeles u otro lugar donde se pueda acceder a servicios sexuales? *</div><div><div><input type="radio"/> Si</div><div><input type="radio"/> No</div></div></div></div></div></div> | <div><div>Si en la pregunta anterior respondió sí, relaciones los que conoce y una referencia a su ubicación (barrio, dirección, lugares cercanos, sector de la ciudad, entre otros).</div><div><div>Tu respuesta</div></div><div><div>¿Alguna vez ha visitado un Prostibulo o Reservados o Burdeles u otro lugar donde se pueda acceder a servicios sexuales? *</div><div><div><input type="radio"/> Si</div><div><input type="radio"/> No</div></div></div><div><div>Si respondió si en la pregunta anterior, por favor indicar el o los nombres y localizaciones (Sector de la ciudad, lugares cercanos, intersecciones de vías o dirección) de prostibulos o reservados o burdeles u otro lugar donde se puedan acceder a servicios sexuales.</div><div><div>Tu respuesta</div></div><div><div>¿Con qué frecuencia visita el establecimiento? *</div><div><div><input type="radio"/> Nunca</div><div><input type="radio"/> 1 vez a la semana</div><div><input type="radio"/> 1 vez al mes</div><div><input type="radio"/> 1 vez cada 3 meses</div><div><input type="radio"/> 1 vez cada 6 meses</div><div><input type="radio"/> 1 vez al año</div><div><input type="radio"/> Esporadicamente en fechas especiales (cumpleaños, despedidas de soltero, sentimientos de soledad, ausencia de pareja, otro)</div></div></div><div><div>¿Cuales son las principales motivaciones para seleccionar los lugares a los que ha asistido? Múltiples respuestas. *</div><div><div><input type="checkbox"/> Precio</div><div><input type="checkbox"/> Comodidad</div><div><input type="checkbox"/> Exclusividad</div><div><input type="checkbox"/> Privacidad</div><div><input type="checkbox"/> Buen ambiente</div><div><input type="checkbox"/> Seguridad</div><div><input type="checkbox"/> Salubridad</div><div><input type="checkbox"/> No ha ido</div><div><input type="checkbox"/> Otro:</div></div></div><div><div>¿Cuál fue su percepción al entrar al lugar que conoce? Múltiples respuestas. *</div><div><div><input type="checkbox"/> Asquero</div><div><input type="checkbox"/> Comodo</div><div><input type="checkbox"/> Sucio</div><div><input type="checkbox"/> Elegante</div><div><input type="checkbox"/> Seguro</div><div><input type="checkbox"/> Desagradable</div><div><input type="checkbox"/> No he estado</div><div><input type="checkbox"/> Otro:</div></div></div><div><div>¿Cuales servicios ha consumido en los lugares? Múltiples respuesta. *</div><div><div><input type="checkbox"/> Ninguno</div><div><input type="checkbox"/> Contacto sexual</div><div><input type="checkbox"/> Compañía (bailar, conversar o pasar el tiempo con una chica)</div><div><input type="checkbox"/> Observar shows</div><div><input type="checkbox"/> Consumir licor (parche de amigos)</div><div><input type="checkbox"/> Curiosidad</div><div><input type="checkbox"/> Otro:</div></div></div></div></div> | <div><div>El Cuerpo</div><div><div>Seleccione todas las características que considere hacen parte de su ideal de mujer sensual. estructura del cuerpo. Múltiple respuestas.</div><div><div><input type="checkbox"/> Delgada/Fraca</div><div><input type="checkbox"/> Gruesa/Robusta</div><div><input type="checkbox"/> Voluminosa/Gordita</div><div><input type="checkbox"/> Estatura baja</div><div><input type="checkbox"/> Estatura media</div><div><input type="checkbox"/> Estatura alta</div><div><input type="checkbox"/> Cola grande</div><div><input type="checkbox"/> Cola pequeña</div><div><input type="checkbox"/> Senos grandes</div><div><input type="checkbox"/> Senos pequeños</div><div><input type="checkbox"/> Caderas anchas</div><div><input type="checkbox"/> Cintura de anillo</div><div><input type="checkbox"/> Labios vaginales pequeños</div><div><input type="checkbox"/> Labios vaginales grandes</div><div><input type="checkbox"/> Pielmas gruesas</div><div><input type="checkbox"/> Pielmas delgadas</div><div><input type="checkbox"/> Con oruglas estéticas</div><div><input type="checkbox"/> Cabello largo</div><div><input type="checkbox"/> Cabello corto</div><div><input type="checkbox"/> Piel oscura</div><div><input type="checkbox"/> Piel clara</div><div><input type="checkbox"/> Ojos oscuros</div><div><input type="checkbox"/> Ojos claros</div></div></div><div><div>Al tener construido su ideal de mujer sensual, si estuviera presente ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por los servicios sexuales de ella? *</div><div><div><input type="radio"/> Nada</div><div><input type="radio"/> 10.000 a 60.000</div><div><input type="radio"/> 60.001 a 110.000</div><div><input type="radio"/> 110.001 a 170.000</div><div><input type="radio"/> 170.001 a 300.000</div><div><input type="radio"/> Mayor a 300.000</div></div></div><div><div>Si ha pagado por servicios sexuales ¿Cuál es la tarifa mínima y máxima que le han cobrado?</div><div><div>Tu respuesta</div></div><div><div>Describe los motivos que lo llevaron a cancelar esa tarifa.</div><div><div>Tu respuesta</div></div><div><div>¿Por qué consume o ha consumido el cuerpo de una trabajadora sexual? *</div><div><div><input type="radio"/> No le consumido</div><div><input type="radio"/> Placer</div><div><input type="radio"/> Curiosidad</div><div><input type="radio"/> Gusto</div><div><input type="radio"/> Otro:</div></div></div></div></div></div> | <div><div>Para que una mujer sea llamativa debe: (Múltiple respuesta) *</div><div><div><input type="checkbox"/> Vestir sensualmente (ropa ajustada, vestidos cortos, blusas escotadas, entre otras)</div><div><input type="checkbox"/> Tener cabello largo</div><div><input type="checkbox"/> Tener cuerpo tonificado</div><div><input type="checkbox"/> Tener operaciones estéticas</div><div><input type="checkbox"/> Tener un buen discurso</div><div><input type="checkbox"/> Otro:</div></div><div><div>¿Cuál cree que es el maquillaje ideal de una trabajadora sexual? *</div><div><div><input type="radio"/> No llevar</div><div><input type="radio"/> Suave</div><div><input type="radio"/> Llamativo</div><div><input type="radio"/> Exagerado</div><div><input type="radio"/> Otro:</div></div></div><div><div>La imagen es la gran detonadora del deseo sexual, de hecho, puede considerarse como el primer canal del deseo, es por eso que, en las transferencias sexuales la belleza o lo estético juega un papel muy importante a la hora de vender el cuerpo. *</div><div><div><input type="radio"/> Muy de acuerdo</div><div><input type="radio"/> De acuerdo</div><div><input type="radio"/> Ni de acuerdo ni en desacuerdo</div><div><input type="radio"/> En desacuerdo</div><div><input type="radio"/> Muy en desacuerdo</div></div></div><div><div>¿Qué opina del cuerpo (Como lo percibe, como lo imagina, que impresión le da, etc.) de una trabajadora sexual? *</div><div><div>Tu respuesta</div></div><div><div>ENVIAR</div></div><div><div><small>Nunca envíos contraseñas a través de Formularios de Google.</small></div></div></div></div> |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## ANEXO 4: ENTREVISTA A LA TRABAJADORA SEXUAL

### Entrevista

¿Cómo cuida la figura de su cuerpo?

- ¿Realiza ejercicio continuamente?
- ¿Tiene hábitos alimenticios sanos?

¿Qué significa para usted su cuerpo?

¿Hay una edad específica para dejar de ejercer esta profesión?

¿Hay una exigencia en cuanto a la forma del cuerpo en el lugar que labora?

Según su percepción: ¿cuál es el tipo de mujer que más buscan a los hombres que llegan al lugar?

¿Cuál es tu precio a la hora de vender tu cuerpo?

¿Qué razones tiene para ponerse ese precio?

¿Cree que su cuerpo es usted?

¿Se ha hecho algún tipo de cirugía estética y por qué?

¿Qué le parece su lugar de trabajo, se siente cómoda y segura?

¿Los clientes como acostumbran a tratarla?

¿Tiene buena relación con sus clientes, le es fácil hablar con ellos, respetan sus decisiones, ha tenido alguna dificultad con ellos?

¿Qué tipo de problema se le ha presentado al prestar el servicio a un cliente?