

INDICE

	PAGINA
I. INTRODUCCION.	1
1.1 Investigar sobre travestis, un viaje sin mapas	1
1.2 ¿Por qué llamamos a los sujetos entrevistados travestis y no transexuales?	11
II. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION	13
2.1 Tipo de Estudio	13
2.2 Objetivos	14
2.2.1 Objetivos generales	14
2.2.2 Objetivos específicos	14
2.3 Procedimiento de la Investigación	15
2.3.1 Aproximación y sensibilización ante el problema de investigación	15
2.3.2 Selección de la población	16
2.3.3 Elaboración del Instrumento	18
2.3.4 Recolección de la información	19
2.3.5 Procesamiento de la información	19
2.3.5.1 Transcripción	19
2.3.5.2 Digitación e impresión	20
2.3.5.3 Revisión y corrección	20
2.3.5.4 Procesamiento	20
2.4 Análisis de los resultados	20
2.5 Limitaciones	21
2.6 Algunos datos generales sobre la población en estudio	22
2.6.1 Edad	22
2.6.2 Escolaridad	22
2.6.3 Lugar de nacimiento	23
2.6.4 Composición familiar	23
2.6.5 Actividad laboral de los padres	23

	PAGINA
III. ALGUNOS ELEMENTOS DE SU HISTORIA EN FAMILIA	24
3.1 Primeros signos de feminización y travestismo	27
3.2 ¿Cómo es mirado el travesti desde niño y adolescente?	31
3.3 Sexualidad. Primeras experiencias genitales	32
IV. ANDAR DE PROSTITUTA Y VESTIDO DE MUJER	37
4.1 Salida de la casa	37
4.2 Su inicio en la prostitución	39
4.3 Rituales de iniciación en la prostitución travesti	43
V. SOY TRAVESTI: "SOY DEMASIADO HOMBRE, DEMASIADO MUJER, SOY LAS DOS COSAS"	46
5.1 Formas de autodenominarse	47
5.2 ¿Por qué soy travesti?	48
5.3 Búsqueda y no búsqueda de una corporalidad femenina	49
5.4 "Juego a ser mujer, pero cuando es necesario hago uso de mi pene"	52
5.5 Goce ante la confusión del espectador	52
5.6 ¿Quién es la mujer para el travesti? "La mujer es distinta a nosotros (as)"	54
VI. ESTAR EN EL AMBIENTE DE LA PROSTITUCION TRAVESTI	56
6.1 Percepciones y representaciones del travesti sobre el "ambiente"	56
6.2 El quehacer de la vida diaria	59
6.3 La fe y la religión en sus vidas	60
6.4 El grupo en el ambiente	62
6.5 "Meter los dedos"	65
6.6 Las drogas y el alcohol en el ambiente de los travestis	69
6.7 Días libres y momentos de diversión y recreación	79
6.8 De visita a la familia siendo travesti	82

	PAGINA
VII. RELACIONES CON EL CONTROL SOCIAL	86
7.1 Experiencias de prisionalización	93
VIII. EXPERIENCIAS Y REPRESENTACIONES SOBRE LOS CLIENTES	98
8.1 La relación cliente-travesti	98
8.1.1 Tipo de clientes y lugares de contacto	98
8.1.2 Ritual de aproximación al cliente	101
8.1.3 Cobro y duración del servicio por cliente	104
8.1.4 Clientes preferidos, clientes fijos	105
8.1.5 Las zonas corporales restringidas al cliente	109
8.1.6 La seducción y el enamoramiento en la relación cliente-travesti	111
8.1.7 Los clientes que no les gustan	113
8.1.8 Relación con clientes mujeres	117
8.1.9 Experiencias poco comunes con clientes: solicitud de "un show"	118
8.2 ¿Qué buscan los clientes?	121
IX. LA PREVENCION EN LOS TRAVESTIS ENTREVISTADOS	128
9.1 ¿Cuándo el travesti no previene ?	128
9.1.1 La confianza, el afecto y la fidelidad dificultan la prevención	129
9.1.2 La atracción sexual impide la prevención	130
9.1.3 Drogas y alcohol	131
9.1.4 Los factores míticos religiosos	131
9.1.5 La creencia en la utilidad de otras estrategias de prevención	132
9.2 La prevención en los travestis entrevistados	133
9.3. Las enfermedades de transmisión sexual (ETS)	134
9.4 Información y actitudes en torno al SIDA	135
9.5 Acceso a la información	136
9.6 Dinámica en el ambiente ante el surgimiento del VIH y el SIDA	137

9.7 Sugerencias ante un programa de
prevención e intervención 138

**CONCLUSIONES: REFLEXIONES Y PROPUESTAS INICIALES PARA
PROGRAMA DE PREVENCIÓN DEL VIH Y SIDA 141**

BIBLIOGRAFIA 151

ANEXO No.1 Guía temática de entrevista. 154