

## DEL CLÓSET AL PENDÓN MERCADOLÓGICO DEL TURISMO

*Mtra. Celia Guzmán Hernández<sup>1</sup>*

*Dr. Ricardo Hernández López<sup>2</sup>*

*Dr. Rubén Duran Carbajal<sup>3</sup>*

*PLT Josué Israel Mora Venta<sup>4</sup>*

*A la memoria de Israil Filós Real  
Luchador por la diversidad sexual que marchó año con año,  
Siempre Jacaranda*

**Resumen:** El objetivo de este capítulo es explorar a través de publicaciones en revistas indizadas el esfuerzo por reconocer la diversidad sexual en México y el cómo de manera paralela surge una nueva tipología con el mote de turismo rosa o gai, izada a un pendón mercadológico donde el arco iris se torna en oferta turística. En este contexto se explica cómo las empresas turísticas adaptaron y crearon mercancías comerciables con fines de lucro a través de cubrir expectativas de la población gai. El estudio es exploratorio sustentado en fuentes secundarias, donde a la postre se elabora una reflexión del cómo una gesta libertaria por el respeto a las preferencias sexuales es abrazada como mercancía, además de observar que algunas investigaciones sociales han dejado entrever al turismo gai o rosa, vinculado con un apartamiento y a motivaciones sexuales estigmatizando a la población LGBTTTIQA.

---

<sup>1</sup> Mtra. Celia Guzmán Hernández. Profesora de tiempo completo de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México.

<sup>2</sup> Dr. Ricardo Hernández López. Profesor de tiempo completo de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México.

<sup>3</sup> Dr. Rubén Duran Carbajal. Profesor de tiempo completo de la Facultad de Turismo y Gastronomía de la Universidad Autónoma del Estado de México.

<sup>4</sup> PLT Josué Israel Mora Venta. Egresado de la Facultad de Turismo de la Universidad Autónoma del Estado de México..

**Palabras clave:** movimiento gai, turismo gai, diversidad sexual, turismo LGBTTTIQA.

## Introducción

La explicación de este acontecer que fusiona al movimiento social LGBTTTIQA y a la actividad turística, involucra conceptos diferentes y encontrados en relación con grupos de interés, unos en su emancipación social y los empresarios ejercen la libertad de una oferta turística para este segmento mercado.

Los procedimientos argumentativos en la construcción de este capítulo fueron de carácter descriptivo ante los hallazgos de otros investigadores, el trabajo realizado consistió en la sintetización, acerca de la sus análisis, conceptos, metodología y resultados. Posteriormente se ordenaron y seleccionaron los documentos en razón a la acentuación del manejo de información al relacionarla con el objetivo del capítulo y por último se muestran lecturas que muestran sucesos actuales.

En sí, la investigación documental, permitió presentar lo controversial del movimiento por la emancipación de la diversidad sexual en México asociado a la creación y transformación de mercancías para el turismo *gay*; por lo cual en primera instancia se presenta la categoría de análisis de normal *versus* anormal de Michael Foucault que nos llevó a ofrecer interrogantes y explicar posturas misoneistas ante la apertura del clóset .

De alguna manera, estas preguntas fueron fortalecidas a través de reconstrucciones históricas por el reconocimiento social de la población LGBTTTIQA en lucha, permitiéndonos comprender y observar la teleología del acontecer, donde las dificultades y conquistas obtenidas hoy en la Ciudad de México son parte del día a día.

Por otra parte, análogamente se arguye a través de la revisión literaria turística, la acertividad de la oferta actual acerca de los destinos rosas o *gays*, donde los grupos empresariales innovaron las mercancías. Aunado a lo expuesto y con el propósito de compenetrarnos al tema, se muestran otras dos publicaciones, que dan cuenta de aspectos como son: la segregación y satanización del sector LGBTTTIQA.

Y por último, se presentan algunas reflexiones que se integraron al asociar las investigaciones, mismas que permiten conocer los pendones de emancipación y respeto a lo diferente, asimismo el derecho inalienable de cualquier mercader dentro del sistema capitalista al producir bienes y servicios.

### **Normal *versus* anormalidad**

Inapelable la opacidad del alegato de lo normal asociado a la diversidad sexual, -¿a qué llamas normal? ... -¿y tú me lo preguntas?, te contesto con tres preguntas a manera de reflexión -¿es lo que *no se desvía*?, entonces; -¿de qué *no debe desviarse*? y ¿para qué no debe desviarse?; las respuestas a estos cuestionamientos, en las voces misonéistas han hecho históricamente un epíteto peyorativo de la diversidad sexual, al fijar de manera radical y amenazante una fisiología social sustentada en lo heterosexual cuya lógica de reproducción biológica, cultural y económica responden a la salvaguarda del capital en las sociedades modernas, cuya visión cohesiva fortalece la “normalidad”.

Lo anteriormente expuesto privilegia a la “normalidad”; que bien Foucault (2005) alude;

“que los dispositivos disciplinarios se encargan de regular, vigilar y controlar el comportamiento de los sujetos, de definir lo normal o lo anormal, lo natural o lo enfermo, lo correcto o lo pecaminoso, se encuentran las instituciones públicas, la educación y la religión. Entre todas ellas, un lugar especial ocupa la institución familiar, a la cual el mismo Foucault identifica como el lugar de emergencia privilegiada para la cuestión disciplinaria de lo normal y lo anormal. En tanto la familia pasó a ser un “espacio” en el que se producen discursos sobre la sexualidad, y desde donde se ejerce el poder-saber. Y aquí, mientras la vigilancia jerarquizada multiplica la eficacia del disciplinamiento al interior de la familia, el castigo busca disminuir las desviaciones, a la vez que su poder normalizador orilla a la homogeneidad” (Foucault, citado en Serrato, A. y Balbuena, R., 2015: 160).

El poder-saber, al amparo de las congregaciones civiles conservadoras de la extrema derecha, iglesias y marcos legales no laicos o ejercitados a su manera, a partir de su discurso, sostienen los roles de una división social del trabajo por sexos que vienen determinadas por los genitales, y donde se espera que el hombre y mujer, sexuados a través del género socialmente impuesto, cumpla con sus roles respectivos y se remedien estos proceder generacionalmente. Y aquellos que osen confrontarlos levantarán la cólera en actitudes homofóbicas y misóginas.

De esta manera, el proceder del hombre, desde que nace, es una masculinidad compuesta por: virilidad, audacia, conquistador y proveedor entre otras asociadas con la fortaleza. La femineidad de la mujer es sometimiento al género masculino, asociado a la ternura, pudor, modosidad, dotes en los cuidados de infantes y la audacia para quehaceres domésticos.

Evidentemente en México, los diversos movimientos feministas, han sido fuerza indiscutible en la incursión de las mujeres en espacios universitarios, científicos y laborales, los cuales son avances; y aunque hay acciones aún por lograr de la igualdad social, sin duda, estos movimientos de género han alentado las voces emancipadoras de homosexuales, lesbianas, transexuales que se enfrentan al ostracismo y exclusión destacando tres vertientes: libertad a la preferencia sexual, la lucha por la igualdad y la no violencia de género.

El ímpetu de la exteriorización homosexual frente a las vertientes mencionadas está aunada a las manifestaciones feministas donde ellos estuvieron presentes para después abrirse de manera pacifista a la represión de las iglesias, asociaciones civiles anti-laicas. Estos aspectos, los llevó a declararse con firmeza abierta, para algunos fue con temor y todos ellos a las calles, hacia la primera marcha por el orgullo gay en la ciudad de México, donde sus habitantes vieron y ven hasta el día de hoy pendones de arcoíris y consignas de este sector poblacional que llama reconocerles en sus diferencias, así como su condición humana.

Este movimiento evolucionó y la organización ahora reclama la diversidad sexual y su constitución identitaria de los géneros, en años recientes, demandaron ante el gobierno de la Ciudad de México sus derechos a la vida en libertad y credibilidad al reconocimiento del diferente, ante la pugna social por su existencia; la osadía al portar sus carteles, así como, los cantos, despertaron

conciencias y fortalecieron sus redes sociales, alcanzando a una población heterosexual y nuevas generaciones de gais, a quienes le han legado un mundo social menos hostil; aunque hay más por hacer y avanzar.

Es así que a finales de la década del setenta S. XX en México, las voces homosexuales se escuchan al unísono, no sé... ¿de cuántos? ..., ¿de pocos o muchos?, pero ahí estuvieron, en las calles, para ser visibles; vestidas, decididos, claros de ideales y otros aún sin creerlo, pero fueron, es decir que su accionar, metafóricamente *abrió las puertas de un encierro con picaportes*, al afrontar la hostilidad y censura estructurada de las instituciones anti-laicas que en nombre de lo “normal” dañaron su integridad.

Esa integridad tan adjetivada por años fue marcada por un trato peyorativo y homofóbico cargado de insultos y menosprecios sociales, que se acentúa en aquellos de menor estrato social. Además, se les condenaba a ser los protagonistas de chistes, ridiculizándoles y sometiéndoles a ocultar su preferencia, por el temor de ser tomados presos y en el peor de los casos asesinados. Su condición conceptual fue de “raritos”, donde los moteos, han sido muchos tales como: marica, puñal, mayate, entre otros, asimismo a voz baja se comenta; lástima que sea un maricón, lo mataron por ser homosexual, además de cerrarles espacios de convivencia y empleo por prejuicios.

En efecto la oscuridad del clóset en este país fue acompañado, por el que dirán sí se descubre que tienes un hijo, un hermano, padre, madre, profesor, médico, amigo o compañero homosexual (en la escuela, en la colonia donde vivías, empleo o entre otros), debido a que significaban la desvergüenza, perversidad, lo anti-macho, que para los conservadores representan lo anormal.

Actualmente las nuevas generaciones de LGTBTTTIQA beneficiarias de conquistas por el respeto a sus preferencias sexuales entre otras, no pueden dejar de reconocer, que en efecto a partir de expresar su sentir y necesidades, de aquellos jóvenes, ahora pertenecientes a la tercera edad que decididos salieron en ese momento al Paseo Reforma, abriendo una nueva etapa, donde poco a poco, los abusos y costumbres hacia su integridad, se tradujeron en una normatividad que sanciona a quienes les discriminan.

Sus derechos han sido reconocidos legalmente en tanto a la libertad del ejercicio de sus preferencias sexuales y la sociedad ha tenido que comprender que lo normal y anormal está en la opacidad y capacidad del respeto al otro. Es notorio, que al paso de los años se advierte una fractura entre lo conservador y lo no conservador, al tiempo que esta decisión de emancipación homosexual es un puente para una mejor convivencia y remodelación en todos los procesos de interacción social.

Para fortalecer esta apreciación, no podemos perder de vista el cómo algunos científicos sociales construyen el del devenir histórico con sus antagonismos y transformaciones al describir estas proezas sociales, por lo cual se presentan estudios aprobadas por pares, como lo es el artículo de González (2005) que explica los desafíos socioculturales de la marcha gai en la Ciudad de México y el cómo la protesta se colma de inventiva ante el ejercicio de su sexualidad y nos dice, sus voces rebeldes irrumpen el silencio establecido por una sociedad judaico-cristiana.

Es así como el autor crea la tesis, de que el movimiento social gai genera un importante impacto en la forma de vida de la comunidad del lugar que se rige por un sistema político- social constituido por instituciones como la familia, el estado, la iglesia que establecen y promueven un patrón de conducta sexual: que es el heterosexualismo, y que esta manifestación por la diversidad sexual intenta romper con ese paradigma de géneros establecidos.

Para al concluir nos dice “el movimiento tiene un lugar como parte del proceso de construcción de la sociedad, ha ganado espacios simbólicos en forma gradual, al tomar calles y avenidas, establece que la diversidad sexual también construye la ciudad; esta marcha y otras actividades que se realizan en distintos foros dan la oportunidad de mostrar que existen variados estilos de vida y de propuestas que deben reconocerse en un marco legal” (González, 2005:95).

Se narran sucesos históricos acerca de la evolución de las manifestaciones de la comunidad homosexual a nivel internacional y en la Ciudad de México, pese a que se hace alusión a las consignas nacionales gais, es importante apreciar

en ellas, a sus represores más férreos: ¡Basta a la represión policiaca, no estamos enfermos!, ¡En mi cama mando yo!, ¡*Pro-Vida, escucha, mi vida no es tu vida!* y ¡*Derechos iguales a lesbianas y gays!*, entre otras.

Desde luego, que bajo esta situación no se puede perder de vista que los bares y discotecas *gays* que habían sido un refugio durante la década del 70 de los homosexuales, continuaron con esta función, aunque las calles desde 1978 fue la oportunidad de exclamar, ¡Soy gay y qué!, y el ser marchistas les permitió sentirse libres, aunque es imposible olvidar las agresiones mostradas en ese momento por grupos conservadores, así como en las subsecuentes marchas los manifestantes esbozaron diferentes temas donde el lenguaje de las consignas evolucionaba gradualmente. Las implicaciones de esta participación a través de su lenguaje, vestimentas, organizaciones políticas o sociales son formas de expresión que han sido significativas y pragmáticas acerca de:

Su encarnada crítica a la función de las estructuras social, política y cultural que conforman un Estado laico, en el que parecen tener más peso los prejuicios y los preceptos de la religión católica que el garantizar el cumplimiento de los derechos de la ciudadanía (González, 2005:95).

Conviene relatar que la semántica a las acciones de los homosexuales, por parte los misoneístas, fue el satanizar la marcha como una alegoría donde se da rienda suelta a Sodoma y Gomorra, referenciándoles de promiscuos y perversos, a lo cual consecuentemente sin dejar sus formas, colores, lentejuelas y carros alegóricos centraron un lema que dice, ¡esta marcha no es de fiesta, es de lucha y de protesta!, es así que los marchistas volvieron a salir ahora con amigos, intelectuales, familias donde llama la atención este cartel “*Te lo digo yo, tú madre: así tal como eres te amo*”, todos con cantos elevan sus pendones con el arco iris.

En efecto, los impactos vistos a 27 años de la primera marcha se encuentran modificados, aunque latentes en razón de continuar en sus fines que están sustentados en valores que han permitido ahora acciones que carecían de credibilidad social al final de la década del setenta y su inclusión en el ámbito social, muestra un paso más por el respeto y tolerancia, sin embargo, persiste la homofobia en la sociedad.

Del mismo modo, nos comparte Diez, J. (2011), la visión de los contextos en la transformación del movimiento *gay* y lésbico, en su artículo inicia que muestra una interrogante, ¿en qué medida la evolución de este movimiento logró desarrollar una identidad colectiva dentro de un contexto de apertura política y social?

El investigador generó una explicación desde las ciencias sociales, sustentado en un cuerpo teórico a manera de estado del arte, donde hace un seguimiento de sociólogos (Hellman, 2008; Vanden, 2007; Doug McAdam, 1973; John McCarthy y Mayer Zald 1977; Charles Tilly y Sydney Tarrow), (Kriesi, 1989; Kitschelt, 1986), (Melucci, 1996; Della Porta y Diani, 2006), quienes explican los movimientos sociales, desde las demandas acompañadas de frustración hasta la compresión interna de ellas; advirtiéndose la manera de ejecutar acciones e introspectar una identidad colectiva por medio de un lenguaje, más allá de lo biológico o la práctica sexual donde hay hombres y mujeres que se reconocen fuera del *clóset*.

Asimismo, realizó entrevistas con actores importantes del movimiento homosexual en México (Nancy Cárdenas, José Joaquín Blanco, Xavier Lizárraga, Yan María Castro, Claudia Hinojosa, entre otros), amalgamando la actuación de algunas generaciones migrantes del movimiento del 68 y asimismo su intervención ideológica, postura de género, su mirada ante la deshumanización y ostracismo, abusos de las autoridades y causalidades propias de este acontecer en sus protagonistas.

Al respecto de la evolución del movimiento Lésbico-*Gay* concluye que tiene 3 etapas, las cuales no son lineales, y se muestran marcadas por condiciones contextuales políticas vividas en la Ciudad de México: la primera inició de 1978-1984 caracterizándose por demandas de liberación en un escenario general de apertura política; la segunda de 1984-1997, presentó la introspección, la fragmentación y la imposibilidad de adquirir una identidad colectiva, esto debido a la satanización realizada a los homosexuales por la sociedad conservadora y religiosa mexicana, culpándolos de la epidemia del síndrome de inmune deficiencia adquirida que afectó a México a principios de 1980.



Y de 1998-2011, se presenta una identidad formada en el interior de un discurso de “diversidad sexual”, que otorgó al movimiento visibilidad y vitalidad sin precedentes, debido a que sus participantes interiorizaron a su sentir al enmarcar demandas y reivindicaciones políticas sobre “derechos a la diversidad sexual”.

“La diversidad sexual hace referencia a todas las posibilidades que tienen las personas de asumir, expresar y vivir la sexualidad, así como de asumir expresiones, preferencias u orientaciones, identidades sexuales y de género —distintas en cada cultura y persona. Es el reconocimiento de que todos los cuerpos, todas las sensaciones y todos los deseos tienen derecho a existir y manifestarse sin más límites que el respeto a los derechos de las otras personas”. Es decir que dentro del término “diversidad sexual” cabe toda la humanidad, pues nadie ejerce su sexualidad de la misma manera que las y los demás. (López, M., 2018: 3)

La historia al respeto y reconocimiento a los derechos de los homosexuales, se ha fundamentado en expresiones de inconformidad que se suscitan en distintos espacios bajo contextos modelados por su propio devenir, y que bien pueden existir analogías, sin embargo, la crudeza del vivirlo es diferente debido a las estructuras socioculturales y políticas, donde los grupos minoritarios de la población gay en México han demostrado a esta sociedad su capacidad de cohesionarse pese a la hostilidad conservadora.

Ante lo expuesto, es innegable la necesidad de abrirse a una nueva actitud y conocimiento social e histórico, que no restrinja los Derechos a la Diversidad Sexual, además se tiene que romper con el oscurantismo de lo normal y anormal para seguir el transcurso del reconocimiento al derecho del otro.

Es así, como a este ritmo y modo, las nuevas generaciones son testigos de la decadencia del más rancio institucionalismo misoneísta, sumándose derechos a fin de erradicar la discriminación. Un resultado en México adquiridos por la comunidad LGBTTTIQA fue:

En 1999 se incorporó al Código Penal y Civil del D.F la preferencia sexual y posteriormente, en 2011, fue incorporada a la Carta Magna en su artículo 1º..., párrafo 5º... “Queda prohibida toda discriminación motivada por

origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquiera que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas”. Se ha avanzado en materia legal para proteger a las y los miembros de las poblaciones LGTBTTIQ, en la República Mexicana, sobre todo a partir del siglo XXI y será hasta el 17 de mayo del 2016 que el ejecutivo nacional (2012-2016), hizo pública una iniciativa presidencial para que los matrimonios entre personas del mismo sexo fueran legalmente reconocidos en todo el país. (López, M., 2018)

Estos resultados derivan de la decisión de salir a expresarse e invitación a modificar nuestra actitud y conocimiento, sobre la necesidad social de respetar el libre ejercicio de la sexualidad..., queda abierta la llamada. Sin embargo, se advierte un tejido en las relaciones del sector homosexual el cual abrió en los años noventa, las vertientes que apuntalan a cubrir la hendidura social equivalente a propagar la igualdad social, al tiempo de modificar las relaciones familiares democratizándolas al integrarse el matrimonio homosexual.

Por lo tanto, la agresividad inicial de los ciudadanos en este acontecer marchista se ha ido desvaneciendo, y la democratización de sus logros sociales, se tornan en oportunidades válidas en el mercado global actual, donde el fetiche o mercancía, modifica la oferta tradicional turística, desde las cúpulas de los estados en apoyo a el flujo mercantil empatado con sus derechos conquistados.

### **El pendón mercadológico del turismo: *gayfriendly* un espacio**

Ante este panorama, el interés de los mercaderes del turismo por el consumo del tiempo libre de los homosexuales creó una tramoya de bienes y servicios *ad hoc* al segmento de mercado homosexual, que resalta efectos especiales y decora escenarios, encontrándose la especialización “solidaria” por la igualdad, cultura y deporte, entre otros, con el objetivo de posicionar algunos productos turísticos del segmento como son: los *gay games*, festivales de cine y culturales *gays*, los *resorts gays*, en atención a sus gustos y motivaciones.

Con el propósito de generar un ambiente de confianza y libertad, es decir, la inclusión que se extendió de manera globalizada concientizándose a la comunidad receptora sobre el respeto a las preferencias sexuales de sus visitantes, aspecto que no siempre fue fácil. Del mismo modo, se erigió un lenguaje mercadológico en los medios de comunicación y publicitarios con los mote de *pink tourism*, turismo rosa, turismo *gay*, turismo LGBT, paraíso *gay*, *gayfriendly*, entre otros, acompañados del término gasto rosa, los cuales se reproducen socialmente y establecen la hegemonía de los oferentes del turismo a nivel internacional.

De esa manera los consumidores *gays* transitan en prácticas turísticas vivenciales, marcadas por el ritmo de negocios, sin embargo, no se puede considerar a la totalidad de esta población, aunque conforme al mercado globalizado de estos productos turísticos, los turistas *gays* que hacen uso de estos y otros servicios, concluyen en narrativas, mitos y actualmente en fotografías de sus viajes, visualizadas en redes sociales, por ejemplo: Facebook e Instagram donde es posible encontrar *#gaytravel*.

“En este sentido, también se puede considerar que la tendencia en la producción turística en los medios es la fragmentación y la especialización tanto de ofertas como de consumos turísticos” (Guzmán, 2009, p.13) y de esta manera “La cultura de consumo, aunada a la práctica turística, se recrea en bienes turísticos globalizados...” (Guzmán, 2009; p.13) es decir que el consumo turístico es también una acción cultural que se reproduce socialmente, por esa razón se debe repensar el consumo del tiempo libre con un perfil más emancipador.

Los estudiosos de la actividad turística a partir de la década de los noventa con la intención de explicarse los hechos sociales en razón de la expansión de productos turísticos *gays* y sus procesos sociales y económicos en los destinos turísticos, se acercan con diferentes miradas para reconocer al consumidor *gay* priorizando las oportunidades de ingresos, pese a las controversias sociales, entre otros sub-tópicos.

A continuación, se presentan tres investigaciones donde los pendones mercadológicos de este tipo de turismo desplegaron una creciente, compleja

y sofisticada oferta; al tiempo que otra indica que el turismo *gay* está correlacionado con apartamento o el turismo sexual. Esta tipología de servicios tan especializada ha marcado polémicas y también la ha fortalecido.

De ahí que López, A. y Rodríguez, J. (2002), plantearon conocer la evolución de turismo *gay* en Puerto Vallarta (PV), sus beneficios y perjuicios vinculados, con la aceptación o no, de la sociedad receptora sobre este segmento de mercado. La investigación se argumentó en la teoría evolucionista de H. Spencer que muestra una analogía de un organismo vivo con la sociedad humana cuyas funciones organicistas se despliegan de lo homogéneo a lo heterogéneo.

Con el fin de conocer cómo fue, la génesis, transformaciones y controversias de orden social económico y político en este destino de sol y playa, para lo cual los autores emplearon el método histórico e hicieron observación directa y participante, en bares, discotecas, entre otros. También se recogió información de periódicos y entrevistas abiertas con algunos oferentes que ostentaban la bandera de arcoíris.

Los resultados encontrados acerca de la evolución del turismo *gay* en PV explican, de qué manera se complejizaron los servicios en atención de esta población y la exclusividad en productos para este segmento de mercado. Encontrándose la creación de lancheros, peluquerías, playas gays, entre otras, que marcan la aceptación gradual de los oferentes y la población ante la recepción de este tipo de turistas.

Asimismo, se presenta una discusión sobre sus beneficios sociales, económicos o daños a la moralidad de la población, en un contexto de orden político y social, gobernado en ese momento por el Partido de Acción Nacional que es una institución conservadora de derecha, la cual satanizó a dicho segmento de mercado, incriminándole una serie de anomalías sociales en discotecas y bares relacionándoles con prácticas sexuales que lesionan la integridad de sus afectados encontrándose sin fundamentos la acusación acerca de la prostitución infantil.

En sus conclusiones, en tanto un aspecto social los oferentes y población están de acuerdo a recibir y respetar a los turistas *gays*, considerándoles como personas que no lesionan las relaciones sociales del lugar y ni las costumbres.

En lo económico constituyen una derrama de divisas para toda la población local (lancheros, meseros, camareros) a través de consumo y propinas que denominaron generosas, los oferentes resaltan que su gasto es oneroso convirtiéndose en un turismo de oportunidad.

En lo cultural se han introducido símbolos de lucha de este segmento de mercado tales como: la bandera de arco iris, paquetes especiales con ambientación diferenciada, claveles verdes, entre otros. Por último, la población y prestadores de servicios del sector o de otros, mayoritariamente afirman su apoyo a este segmento turístico.

En efecto Moner, C., Royo, M. y Ruiz, M. (2007), en su artículo nos permite dimensionar la importancia económica de este tipo de turismo, debido a que identificó las principales empresas que actúan en este mercado constituyendo la oferta turística *gay*, así como definió las peculiaridades de la demanda turística homosexual en cuanto a sus necesidades, expectativas y exponen una serie de estrategias de *marketing* a seguir para proveedores que desean orientarse al segmento homosexual.

Su hipótesis, la demanda turística *gay* que presenta características diferenciadas, necesidades y motivaciones específicas a la que la gran mayoría de empresas del sector turístico no han sabido y/o podido responder. Para el estudio realizó una descripción con un enfoque cuantitativo, al exponer las características de los consumidores del segmento homosexual y algunas estrategias de *marketing* que los empresarios pueden desarrollar para dirigir sus productos y servicios a este “nuevo segmento potencial”, además pone de manifiesto el acrecentamiento de las operadoras turísticas y un sin fin de empresas interesadas en conocer este mercado.

Los resultados mostraron la preferencia hacia destinos de sol y playa, a nivel mundial se tiene a Mykonos en Grecia; Ibiza, Stiges y Gran Canaria en España; Miami, Disney World que ofrece un día *gay* en EE. UU. y P. Vallarta. *Resorts*. Club *Med* Cancún en México. Hace la aclaración que los destinos, es que deben contar con servicios de bares, discotecas, restaurantes dirigidos a público homosexual, el alojamiento si no es *gay* por lo menos deberá ser *gay-friendly*.

Actualmente el *RSVP vacations* es el *tour operator* líder en EE. UU. *City break* vende a las grandes capitales: Nueva York, Los Ángeles, Ciudad del Cabo en Sudáfrica; que son sus lugares preferidos para el público homosexual.

También se han creado eventos específicamente para homosexuales, en primer lugar, está Orgullo *gay* (*Gay Pride Parades*), festivales internacionales de cine *gay* y lésbico, *gay games* en San Francisco. Estos han sido diseñados en función del grado de exclusividad con que se orienten al mercado homosexual, de tal forma que se construyen espacios para el ejercicio del ocio por medio de diferentes prácticas recreacionales ligadas al turismo.

En el hospedaje se distinguen tres tipos de hoteles: hoteles *gay*, *gay straight-friendly* y *gay-friendly*. Mismos que guardan las siguientes particularidades: que se dirigen en exclusiva al público homosexual, siendo la principal característica diferenciadora el hecho de que todos los clientes del hotel son homosexuales, pero no cierran sus puertas al público heterosexual.

Estos hoteles suelen ser *resorts* exclusivos, que bien son durante todo el año o sólo durante unas semanas puntuales para este mercado (producto especial de cierto *tour operators*). El factor homosexualidad es importante tanto en el hotel como en las actividades a realizar, siendo uno de sus principales atractivos este tipo de servicio con supremacía donde persista la posibilidad de relacionarse con los compañeros de viaje o de estancia.

Es importante que el hospedaje esté en lugares paradisíacos y los viajeros solteros suelen elegirlos como viaje de «luna de miel». Los más conocidos en Europa son Lesvos Inn Resort Hotel (Grecia) y Hotel the Golden Bear (Holanda); en Estados Unidos el Tropical Hotels (California), Canyon Boys Club Hotel y Las Palmas Hotel (Florida); y en Australia, Alice in Wonderland Resort y Turtle Cove Resort.

En cuanto, a la demanda buscan en los destinos personas homosexuales con la finalidad de encontrar pareja, así como seguridad, que haya un grado de aceptación a la comunidad LGBTTTQIA y reducir la inhibición/represión.

En conclusión, el mercado *gay*, es un fuerte consumidor potencial que aún no ha sido explorado para poder aprovecharlo, es un segmento interesante que necesita servicios específicos para atender sus necesidades, y las empresas

del sector turístico dedicadas a este segmento tienen la oportunidad de crecer, debido a su rentabilidad en tanto su comportamiento de consumo y su elevado poder adquisitivo.

La finalidad esencial de mostrar estas 2 publicaciones es puntualizar su aspecto analógico del reconocimiento e importancia del turismo *gay* como un hecho social y mercadológico al reafirmar su pertinencia sociocultural y socioeconómica, además de ver la transformación social del turismo, al romper con el paradigma de mercados heterosexuales, pese a las voces conservadoras de desprestigiar a los turistas poseedores de diferentes preferencias sexuales.

Actualmente es una realidad al observar a las poblaciones receptoras que adaptan entornos e innovan servicios ante las demandas de los gais, esto nos lleva a comprender, que la reprimenda y estigmatización de la homosexualidad está en todos los campos sociales, pero ha disminuido, entonces el turismo se convierte en un frente esnobista-socioeconómico al generar este tipo de servicios. Es así que esta postura mercadológica, gradualmente se ha ido consolidando en el mundo a la par de los derechos constitucionales alcanzados en diferentes partes de nuestro planeta.

Sin embargo, la investigación de López, A. y Carmona, R. (2008), que a continuación se presenta se centró en una motivación de viaje denominada turismo sexual, práctica que lleva a una bifurcación compleja hacia el turismo *gay* fusionándose a un gueto y estigma. Por lo que estos autores expusieron en su artículo, el análisis de la importancia del turismo sexual masculino en la llamada Zona Rosa (ZR) de la Ciudad de México, mencionándonos que es uno de los principales destinos turísticos del país reconocidos por su oferta y demanda de servicios sexuales homoeróticos, y que al respecto existen contados estudios del tema estructurados con rigidez científica.

La construcción del conocimiento se dividió en 3 partes: 1) los alcances cognitivos o conceptos sobre el turismo sexual, 2) se contextualiza la posición que ocupa la Ciudad de México en cuanto al turismo sexual en relación con todo el país, y 3) se genera una imagen geoespacial del turismo sexual en la ZR de la Ciudad de México.

El trabajo de campo es cualitativo y fue a través de 3 entrevistas realizadas a sexo servidores, quienes trabajan en espacios abiertos de la ZR y declararon tener vínculos sexuales con otros hombres a partir de un intercambio monetario y que mantuvieran contacto con turistas nacionales.

Asimismo, el ensayo conceptualmente presenta a autores como:

Clift y Carter (2002) que indican que el turismo sexual es el “viaje cuya principal motivación es establecer una relación sexual comercial”. Oppermann (1999) critica este tipo de definiciones, pues, según él, el turismo sexual es reducido a la prostitución turista-local, además de que las visiones tradicionales sólo reconocen como actor al turista (por lo general hombre) que con su dinero compra los servicios sexuales de individuos de la localidad visitada (comúnmente mujeres). Sin embargo, para esta investigación se considera la propuesta de Bauer y McKercher (2003), pues se entenderá por turismo sexual el fenómeno derivado del vínculo sexual comercial entre turistas y locales, ambos varones, lo cual lleva a hablar de vínculos homoeróticos. Las variantes del homoerotismo abarcan múltiples identidades; no obstante, en el ámbito global turístico, la identidad gay es la que más se ha globalizado y a partir de ella se ofertan espacios para el encuentro homoerótico. (López, Á.; Carmona, R., 2008: 112)

Los resultados que presenta su investigación es un mapa con la ubicación de la configuración del turismo sexual en México, donde mencionan los investigadores que la Ciudad de México, Puerto Vallarta, Guadalajara, Monterrey, Tijuana, Acapulco y Cancún, mantienen la mayor oferta de espacios asociados a negocios concurridos por turistas gay.

Asimismo, mencionan que existe una guía turística llamada Spartacus que muestra los sitios donde los turistas socializan en un ámbito masculino diverso-sexual, así como las condiciones para el ejercicio sexual. Puntualizándose los sitios gays, que son los destinos turísticos masivos, culturales o de sol y playa en México donde aceptan las diferencias sociales y culturales y, consecuentemente, las de sexualidad humana.



También afirman López, Á. y Carmona, R., (2008) que la Zona Rosa (ZR) de la Ciudad de México desde la perspectiva de territorio demanda, socialización y libertad de la comunidad que conforma la diversidad sexual en la Ciudad de México y específicamente en la ZR, a la cual se considera uno de los guetos con mayor afluencia para la socialización homoerótica del país.

Actualmente tiene una gran influencia de desplazamientos turísticos por motivaciones sexuales heterosexuales u homosexuales, así como la diversidad de sitios *gais* con los que cuenta, por ejemplo: infraestructura hotelera, casa de huéspedes, turoperadores, lugares de encuentros sexuales, comercios especializados (*sex-shops* y *boutiques*), grupos de auto apoyo y centros nocturnos.

Este ámbito por excelencia es de turismo sexual donde es evidente observar como los prostitutas caminan por las banquetas y los turistas van por las aceras o circulan por las calles en vehículos propios, rentados o alquilados (taxis), en la búsqueda de establecer el contacto y luego dirigirse a otros sitios donde se concreta el acto sexual.

Los sexoservidores *gais*, derivado de su entrevista refirieron, que los turistas extranjeros son amables y les pagan mejor, mostrando temor ante la presencia policiaca y nunca los llevan a sus hoteles donde están hospedados, más bien hacen uso del hospedaje específico para *gais* en la ZR. En cambio, los turistas nacionales suelen tener una postura exigente al solicitar obediencia a sus órdenes puesto que pagan por ello, y literal dicen los sexoservidores *gais* en su narración que, “a los de acá, les vale madres” (2008: p.111) la presencia policiaca, lo legal o lo ilegal de estas prácticas de servicios”

Con esta última lectura, se observa a *grosso* modo que el turismo *gai* es una actividad válida para incrementar las utilidades de los mercaderes del turismo, cuyos escenarios constituyen servicios que bien fomentan la inclusión. Aunque se asocia a lo que se ha dado por llamar turismo sexual donde la motivación principal está implícita para cualquier ser humano sexuado y no solo a homosexuales. Por lo cual, al ser estudiosos en el turismo, es importante no homologarlos, debido a que el consumo de prostitución femenina, masculina, masculina-masculina etcétera no es la motivación principal del turismo *gai*.

La estigmatización del turismo gai como turismo sexual, generalmente se extiende o asocia con los destinos o territorios cuya vocación ha sido encausada por los promotores, por lo cual hay que tener cuidado de no caer en segregaciones, sino más bien comprender que el socializar en estos destinos turísticos implica el respeto a las preferencias sexuales.

A partir de lo explicado se dimensiona de manera muy particular que el llamado turismo *gay* infiere en una complejidad creciente que apunta exclusivamente hacia el consumo turístico comprometido por mercancías (productos y servicios) gais, que son bienes culturales sexuados de frente a la “libertad sexual” que implica una industria mercadológica cultural.

Donde el lenguaje y servicios son bienes culturales hegemónicos no asociados a movimientos emancipadores de sus derechos, más bien a la inducción de un consumo turístico, donde el gasto rosa constituye la oportunidad de una gran utilidad; consecuentemente la invitación es abierta a seguir escudriñando para conocerle en tanto sus necesidades y gustos donde su identidad se reproduce en espacios muy delimitados y aún en algunas partes sin libertad.

### **Reflexiones:**

- El reconocimiento social a manera de protesta por parte de los homosexuales comenzó en las marchas y a las calles, de acuerdo con las lecturas mostradas se consideran tres formas para comprender este movimiento: en el **sentido humano** se visualiza esa valentía de exponerse, con la finalidad de romper el silencio y cuchicheos dentro del clóset, para que platiquen más de ellos y ellas o se les insulte, pero van por sus derechos. Al atreverse a hacerle frente a la censura conservadora “soy gai y qué”.
- La anormalidad *versus* la normalidad son constructos sociales históricos, para resguardar el poder hegemónico conservador a favor de las estructuras que fortalecen un sistema de reproducción biológica conveniente para la acumulación de capital. Las instituciones o

fundaciones de estirpe religiosas incriminan las prácticas que realiza la comunidad LGBTTTIQA en el ejercicio de su libertad sexual, al emularle con anormales o enfermos entre otras inseparables, que llevan al ostracismo.

- El **descubrimiento de sus diferencias** de los participantes de las marchas y que la heteronormalidad solo es cultural y que ellos no son anormales, a este momento deviene la difamación y señalamientos de ser portadores del síndrome de inmune deficiencia adquirida (SIDA) entre otras incriminaciones. La tercera es que, pese a sus preferencias sexuales, aspectos políticos, culturales y sociales, en las subsecuentes marchas logran conformar una identidad colectiva, donde se reconocen plenamente como diversos sexuales, que les llevan a conquistas de sus derechos.
- Las tres implican que el proceso de transformación de la marcha, así como el reconocimiento a la homosexualidad y la diversidad sexual específicamente en la ciudad de México, no se marcó por etapas lineales de hechos relevantes sino más bien fue un producto dado por las condiciones sociales, políticas y culturales nacionales, que englobaron demandas por la igualdad social, sin embargo, es imposible afirmar el desarraigo a prácticas homofóbicas, machistas y misóginas.
- Los destinos o territorios donde el turismo gai es acogido con certificaciones, publicidad en los medios de comunicación, promocionado por operadoras turísticas, los bares, discotecas, galerías, servicios de banquetes para bodas entre otros, ofrecen sus productos al gusto de sus consumidores, infiere un espacio que tiene lugar a través del mensaje que lo convierte por medio del lenguaje, de mercancías específicas y sus interacciones cotidianas en paraísos gais que son motes mercadológicos.
- Los estudiosos del turismo gai (TG) muestran; el origen, transformaciones y las diferencias (postura del régimen político panista conservador, la tolerancia de la población receptora y la sofisticación

de los productos, además de la importancia del alto poder adquisitivo del turista *gay* y su gasto) que provoca. No obstante, la tercera publicación abre una asociación entre motivación sexual, territorializándolo como un gueto donde su práctica masculino-masculino, se estigmatiza vinculándoseles con el turismo *gai*, sin embargo, este es turismo sexual.

- Los estudios mercadológicos turísticos direccionados al consumidor *gay*, son los bastiones de mercancías, que enaltecen la emancipación de estos, al mostrarles un turismo amigable con sus necesidades a través del apartamiento o separación.
- En la sociedad actual, el consumo está estructurado de tal manera que pareciera exclusivo ante la segmentación de mercado, no obstante, hay una aparente democratización de los espacios sociales.
- En lo que concierne a las lecturas relacionadas con turismo *gai*, se advierte un pendón mercadológico del turismo *gay* que alude una legítima oportunidad de mercado y no así, a los derechos de los homosexuales, sino más bien al consumo que fortalece a las grandes empresas, donde se genera la reproducción social de los *gais* y ellos cobran espacios o destinos donde gozan de libertad y seguridad.
- También es perceptible la creación de guetos con una motivación de experiencia sexual que ha estigmatizado a seres humanos que participan en el turismo rosa, los espacios para este tipo de turismo parecen tener un acordamiento público,

## Bibliografía

- Diez, J. (2011). La trayectoria política del movimiento Lésbico-Gay en México. *Estudios Sociológicos del Colegio de México*, 29(86), 687-712. Recuperado de <https://estudiossociologicos.colmex.mx/index.php/es/article/view/237>
- González, M. (2005) “Marcha del orgullo por la diversidad sexual”. Manifestación colectiva que desafía las políticas del cuerpo. *El Cotidiano*, (131), 90-97. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32513111>
- Guzmán, C., Garduño, M. y Zizumbo, L. (2009). Reflexión crítica sobre el consumo turístico. *Estudios y perspectivas del turismo*, 18(06), 691-706. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713900004>
- López, A. y Carmona, R. (2008). Turismo sexual masculino-masculino en la Ciudad de México. *Teoría y Praxis* 05(2008), 99-112. Doi: 10.22403/UQROOMX/TYP05/07
- López, M. (2018). *Diversidad sexual y derechos humanos*. México: Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH). Recuperado de <http://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/36-Cartilla-Diversidad-sexual-dh.pdf>
- López, A. y Rodríguez, J. (2002). *Efectos del turismo gay en Puerto Vallarta, Jal.* (Tesis de pregrado). Facultad de Turismo y Gastronomía, Toluca.
- Moner, C., Royo, M y Ruiz, M. (2007). Oferta y demanda en el mercado turístico homosexual una propuesta de estrategias de intercambio para la mejora del marketing en el segmento. *Cuadernos de Turismo* 20(2007), 171-197. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/12961>
- Serrato, A. y Balbuena, R. (2015). Calladito y en la obscuridad. Heterosexualidad y clóset, los recuerdos de la biopolítica. *Revista cultural Epocall*, 03(02), 1870-1191.