

# **Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente**

Reconocimiento de validez oficial de estudios de nivel superior según acuerdo secretarial 15018, publicado en el Diario Oficial de la Federación del 29 de noviembre de 1976.

## Departamento de Estudios Socioculturales **Doctorado en Estudios Científico-Sociales**



### **Configuración de espacios turísticos *LGBT friendly*. *Caso: Puerto Vallarta, Jalisco.***

---

**TESIS** que para obtener el **GRADO** de  
**DOCTOR EN ESTUDIOS CIENTÍFICO-SOCIALES**

Presenta: **MTRO. JESÚS OTONIEL SOSA RODRÍGUEZ**

Directora **DRA. MARÍA MARTHA COLLIGNON GORIBAR**

Tlaquepaque, Jalisco. 11 de diciembre de 2019

## AGRADECIMIENTOS

---

El camino recorrido durante más de cuatro años fue intenso, complicado, placentero, pero sobre todo fue una andanza llena de aprendizajes que estuvo rodeada de risas, enojos, tristezas, incertidumbre y una gran felicidad al ver los resultados que se iban obteniendo durante el proceso.

Este proceso doctoral inició gracias a la idea sugerida por Rafael Gutiérrez Niebla, presidente del Consejo Nacional para la Calidad Turística A.C. (CONAET), de realizar un estudio sobre el “turismo gay” en Puerto Vallarta, idea que se trabajó y complejizó para obtener como resultado esta tesis doctoral.

Sin lugar a duda, el resultado no hubiera sido el mismo sin el apoyo incondicional de mi directora de tesis, María Martha Collignon, a quien le agradezco infinitamente su acompañamiento, su rigor exigido, la constante crítica con fines de crecimiento, pero sobre todo su calidez y complicidad que motivó día con día a culminar este trabajo de investigación, ¡GRACIAS!

El proceso fue reflexivo, constructivo y crítico gracias a mi comité tutorial ampliado conformado por la Dra. Alejandra Navarro, el Dr. Enrique Valencia y el Dr. Álvaro López, con quienes se discutió, profundizó y complejizó de forma interdisciplinar cada uno de los hallazgos y análisis de esta tesis.

A mis compañeros de doctorado que me ayudaron a sobrellevar mi “hobbie” y con quienes compartí una experiencia única: Andrés, Itzelín, Adriana, Aarón, Agustín, Carlos, Nara, Bernardo, José Luis y Hugo.

Agradezco a mis profesores que fueron maestros insuperables durante el proceso de formación en ITESO, en particular y con gran cariño a la Dra. Rossana Reguillo, la Dra. Diana Sagástegui, el Dr. Raúl Fuentes, la Dra. Rocío Enríquez, el Dr. Ignacio Román.

A quienes, con su invaluable crítica y comentarios, me ayudaron a crecer con este trabajo de investigación la Dra. Catalina Morfín y el Dr. Jaime Preciado, al igual que Paola y Sergio que fueron cómplices y aliados durante el doctorado y con quien tuve el enorme gusto de compartir pláticas enriquecedoras.

El pilar económico se lo agradezco a mi alma máter, la Universidad de Colima, que confió y me otorgó la posibilidad de estudiar este doctorado, gracias a todos los implicados para que este proceso fuera posible, en particular al Dr. Monroy por su guía y consejos.

Sin dudarlo, esta travesía no hubiera sido posible sin el apoyo incondicional de mi familia (mi motor de vida): Brenda, Rocío, Omar, Kimmi, Netito, Alicia, pero sobre todo mi ejemplo a seguir y guerrera de vida, mi mamá (Rocío), les agradezco su amor, motivación diaria y su comprensión por todos los encuentros familiares que me perdí por el compromiso adquirido con el doctorado.

## RESUMEN

---

La presente tesis es resultado de la investigación doctoral que se ha realizado en el Doctorado de Estudios Científico-Sociales del ITESO. El objetivo del proyecto es: Analizar el proceso de configuración de un espacio turístico *LGBT friendly* a través de las prácticas sociales y relaciones que sostienen los diferentes actores que participan en el fenómeno del turismo en Puerto Vallarta, Jalisco.

El abordaje del problema de investigación es la ***Configuración de espacios turísticos LGBT friendly, caso: Puerto Vallarta, Jalisco***, está contextualizado en una tensión centrada en la sexualidad y la identidad de los sujetos LGBT (turistas y residentes) de la comunidad LGBT de Puerto Vallarta, es decir, no sólo por la tensión que generan las prácticas de turismo que realizan, sino que se enmarca en el orden socio-sexual occidental que prevalece en el contexto mexicano

El *territorio* como espacio geográfico-social configurado y apropiado, los *actores en red* y las *prácticas sociales* que configuran el destino turístico vallartense como *LGBT friendly* son los ejes clave y pilares del marco teórico, los cuales son nutridos por otros conceptos teóricos como: estructura, subjetividades, identidades, capitales y gueto sociológico.

La investigación fue realizada bajo el paradigma del constructivismo y abordada mediante una metodología mixta, el método etnográfico (cualitativo) complementado por el método de análisis de redes sociales y estadística descriptiva (cuantitativo); para el procesamiento de datos cuantitativos fue necesario del uso del software gratuito Onodo. La instrumentación está basada en observación participante; entrevistas y conversaciones etnográficas e investigación documental. Finalmente, el investigador como etnógrafo-comprometido, apela a la transparencia, respeto, relevancia y consideración con las personas con las que se realizó la práctica etnográfica (Restrepo, 2016), con el fin de mantener el compromiso y la ética de un científico social.

**Palabras clave:** *territorio, prácticas sociales, turismo, turismo LGBT, turismo gay, espacio turístico, relaciones de poder.*

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	9
<b>Capítulo 1. Orden social y espacio turístico <i>LGBT friendly</i> en Puerto Vallarta.....</b>	<b>12</b>
1.1 Planteamiento del problema.....	12
1.1.1 Derechos humanos LGBT y turismo.....	21
1.1.2 Inclusión de una minoría a través del turismo <i>LGBT friendly</i> .....	23
1.2 Diseño de investigación .....	34
1.2.1 Pregunta de investigación .....	34
1.2.2 Objetivo general.....	35
1.2.3 Objetivos específicos.....	35
1.2.4 Hipótesis de trabajo .....	35
1.2.5 Justificación.....	35
<b>Capítulo 2. Herramientas teórico-metodológicas para investigar el espacio turístico <i>LGBT friendly</i> en Puerto Vallarta .....</b>	<b>37</b>
2.1 Plataforma teórico-conceptual de la investigación.....	37
2.1.1 Configuración y apropiación de espacios urbano-territoriales .....	38
2.1.3 Las prácticas sociales en un enclave turístico .....	52
2.1.4 El poder en las relaciones sociales en red: clases sociales y capitales en juego ....	55
2.2 Marco Metodológico .....	60
2.2.1 Metodología de investigación .....	60
2.2.2 Enmarque ético de la investigación.....	71
<b>Capítulo 3. El turismo <i>LGBT friendly</i> en Puerto Vallarta: una mirada socio-histórica e institucional.....</b>	<b>72</b>
3.1 Del turismo al turismo <i>LGBT friendly</i> .....	72
3.1.1 De los viajes por ocio en la antigüedad al turismo LGBT .....	72
3.1.2 Conceptualización del turismo .....	76
3.1.3 Organizaciones en el turismo.....	79
3.1.4. Enfoques de estudio en el turismo.....	81
3.1.5. Categorización del turismo como práctica social.....	85
3.1.6. Turismo <i>LGBT friendly</i> : construcción de la práctica social desde la sexualidad y la orientación sexual.....	87
3.2 Construcción socio-histórica e institucional del turismo <i>LGBT friendly</i> en Puerto Vallarta .....	98
3.2.1 Puerto Vallarta, Jalisco: de pueblo minero a ciudad turística, transformaciones sociales en más de cien años .....	98
3.2.2 Puerto Vallarta: ¿cuna del turismo gay en México? .....	106

<b>Capítulo 4. Resultados del trabajo etnográfico .....</b>	<b>111</b>
4.1 <i>Primer aproximación metodológica a través de una prueba piloto realizada en verano de 2016.....</i>	<i>111</i>
4.2 <i>Inmersión etnográfica formal en Puerto Vallarta, Jalisco .....</i>	<i>114</i>
<b>Capítulo 5. Relaciones de poder en red: actores y capitales en el contexto turístico vallartense .....</b>	<b>139</b>
5.1 <i>Organización social, política y económica .....</i>	<i>140</i>
5.2 <i>Organización sociopolítica en la configuración del espacio turístico vallartense: actores en los contextos estatal, nacional e internacional .....</i>	<i>143</i>
5.2.1 <i>Actores en el contexto internacional .....</i>	<i>144</i>
5.2.2 <i>Actores en el contexto nacional .....</i>	<i>145</i>
5.2.3 <i>Actores en el contexto local .....</i>	<i>148</i>
5.3 <i>Las relaciones de poder en red: una aproximación analítica cuantitativa .....</i>	<i>163</i>
5.4 <i>Las relaciones de poder en red, juego de capitales en el contexto vallartense en la (re)configuración del ejercicio de poder.....</i>	<i>169</i>
<b>Capítulo 6. Prácticas y actores: turistas, residentes, instituciones de gobierno, asociaciones y empresarios en Puerto Vallarta, Jalisco .....</b>	<b>184</b>
6.1 <i>Prácticas afectivas: besos, caricias y otras muestras de afición.....</i>	<i>188</i>
6.2 <i>Prácticas amorosas románticas, más allá de los límites.....</i>	<i>195</i>
6.3 <i>Prácticas sexuales de la comunidad LGBT+ .....</i>	<i>207</i>
6.4 <i>Prácticas turísticas de la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta .....</i>	<i>213</i>
<b>Capítulo 7. Configuración de la zona romántica como espacio turístico LGBT friendly: disputa por el territorio.....</b>	<b>217</b>
7.1 <i>Espacialidad en Puerto Vallarta.....</i>	<i>218</i>
7.1.1 <i>Diagnóstico del espacio .....</i>	<i>219</i>
7.2 <i>El espacio para la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta: del otro lado del río Cuale... 232</i>	
7.3 <i>El mapa de la zona romántica: articulación del discurso en la configuración del espacio .....</i>	<i>235</i>
7.4 <i>Zona romántica en el mapa de las guías turísticas: venta de la ciudad, sentido del lugar o forma de resistir y construir espacio para la comunidad LGBT+ .....</i>	<i>254</i>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>267</b>
<b>FUENTES DE INFORMACIÓN .....</b>	<b>281</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>304</b>

<i>Anexo 1. Guion de observación etnográfica.....</i>	<i>304</i>
<i>Anexo 2. Guion de entrevista .....</i>	<i>312</i>

## **Índice de Figuras**

<i>Figura 1 Organigrama del Ayuntamiento de Puerto Vallarta .....</i>	<i>151</i>
<i>Figura 2 Sociodemografía Vallartense .....</i>	<i>219</i>
<i>Figura 3 Distribución territorial del municipio de Puerto Vallarta.....</i>	<i>221</i>
<i>Figura 4 Características de la población económicamente activa de Puerto Vallarta .....</i>	<i>223</i>

## **Índice de Imágenes**

<i>Imagen 1 Principales destinos alternativos (turismo LGBT) en México .....</i>	<i>25</i>
<i>Imagen 2 Promoción del turismo a través del matrimonio igualitario.....</i>	<i>27</i>
<i>Imagen 3 Establecimiento Acreditado Turismo LGBT en Puerto Vallarta, junio 2017.....</i>	<i>29</i>
<i>Imagen 4 Oficio de acuerdos de la CEDHJ.....</i>	<i>147</i>
<i>Imagen 5 Presidente municipal participa en Pride 2017 .....</i>	<i>157</i>
<i>Imagen 6 Perfil en redes sociales de ACT LGBT AC.....</i>	<i>158</i>
<i>Imagen 7 Presentación de la aprobación del Reglamento para prevenir.....</i>	<i>180</i>
<i>Imagen 8 Puerto Vallarta y San Francisco, ciudades hermanas LGBT.....</i>	<i>181</i>
<i>Imagen 9 Reunión social en el bar gay Apaches.....</i>	<i>192</i>
<i>Imagen 10 Bar Flamingo .....</i>	<i>193</i>
<i>Imagen 11 Hombre caminando en tacones.....</i>	<i>193</i>
<i>Imagen 12 Travestis promocionando sus espectáculos.....</i>	<i>194</i>
<i>Imagen 13 Crimen de odio en Puerto Vallarta: Marc Lange.....</i>	<i>201</i>
<i>Imagen 14 ¿Encubriendo un crimen de odio?.....</i>	<i>202</i>
<i>Imagen 15 Reconocimiento legal para el matrimonio LGBT.....</i>	<i>205</i>
<i>Imagen 16 Pantalla de inicio de Grindr al conectarse en Puerto Vallarta.....</i>	<i>210</i>
<i>Imagen 17 Almar Resort Luxury LGBT Beach Front Experience.....</i>	<i>243</i>
<i>Imagen 18 Blue Chairs Resort by the Sea .....</i>	<i>244</i>
<i>Imagen 19 Vida nocturna en bares LGBT de la zona romántica.....</i>	<i>248</i>

<i>Imagen 20 Fiesta en la calle en la zona romántica.....</i>	<i>248</i>
<i>Imagen 21 Clubes de playa LGBT en playa de Los Muertos.....</i>	<i>250</i>
<i>Imagen 22 Playa de Los Muertos.....</i>	<i>250</i>
<i>Imagen 23 Wet &amp; Wild crucero gay en Puerto Vallarta.....</i>	<i>252</i>
<i>Imagen 24 Crucero Diana's Tours.....</i>	<i>253</i>
<i>Imagen 25 Sitio del Hotel Hilton Puerto Vallarta Resort.....</i>	<i>261</i>

### **Índice de Mapas**

<i>Mapa 1 Propuesta teórica-conceptual.....</i>	<i>38</i>
<i>Mapa 2 Establecimientos gay y gay friendly en la Zona Romántica.....</i>	<i>48</i>
<i>Mapa 3 Red de relaciones de los actores en Puerto Vallarta LGBT friendly.....</i>	<i>165</i>
<i>Mapa 4 Zona romántica en Puerto Vallarta.....</i>	<i>237</i>
<i>Mapa 5 Establecimientos LGBT friendly en la zona romántica y sus alrededores .....</i>	<i>238</i>
<i>Mapa 6 Alojamiento para la comunidad LGBT+ .....</i>	<i>240</i>
<i>Mapa 7 Bares y discotecas LGBT.....</i>	<i>247</i>
<i>Mapa 8 Otras opciones de entretenimiento e inmobiliarias.....</i>	<i>251</i>

### **Índice de Tablas**

<i>Tabla 1 Destinos principales para el turismo LGBT en 2015.....</i>	<i>31</i>
<i>Tabla 2 Caracterización de los actores.....</i>	<i>117</i>
<i>Tabla 3 Códigos de actores.....</i>	<i>164</i>
<i>Tabla 4 Análisis de las redes sociales de los actores configuradores del espacio turístico gay friendly .....</i>	<i>167</i>
<i>Tabla 5 Establecimientos visitados por turistas/residentes LGBT+ en la zona romántica.....</i>	<i>239</i>
<i>Tabla 6 Estancia y gasto promedio de los turistas en Puerto Vallarta.....</i>	<i>242</i>
<i>Tabla 7 Tipo de turismo en Puerto Vallarta.....</i>	<i>245</i>



## INTRODUCCIÓN

---

Este trabajo presenta la Tesis de investigación doctoral en la que se ha trabajado a lo largo de más de cuatro años, a partir del verano de 2015. El objeto de estudio que se planteó al inicio de esta investigación cambió sustancialmente, pues al tener la primera sesión con el Comité tutorial, quedaba claro para los integrantes que la categorización del turismo gay aun era incipiente, por lo que una propuesta más adecuada, sería quitar del centro al turismo gay, para enfocarse en las prácticas sociales que realizan los turistas y así poder encontrar posibles diferencias que permiten configurar un espacio turístico como *LGBT friendly* (amigable con la comunidad lésbica, gay, bisexual y transgénero, al traducirlo al español) o “turismo LGBT” (discurso oficial del Gobierno Federal mexicano desde 2015). El título del proyecto también cambió y se formula de la siguiente forma: *Configuración de espacios turísticos LGBT friendly, caso: Puerto Vallarta, Jalisco, México*.

La tesis está construida en siete capítulos y reflexiones finales centradas en las conclusiones: Capítulo 1. Orden social y espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta; Capítulo 2. Herramientas teórico-metodológicas para investigar el espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta; Capítulo 3. El turismo "gay friendly" en Puerto Vallarta: una mirada socio-histórica e institucional; Capítulo 4. Resultados del trabajo etnográfico; Capítulo 5. Relaciones de poder: actores y capitales en el contexto turístico vallartense; Capítulo 6. Prácticas y actores: turistas, residentes, instituciones de gobierno, asociaciones y empresarios en Puerto Vallarta, Jalisco y, Capítulo 7. Configuración de la zona romántica como espacio turístico *LGBT friendly*.

En el capítulo 1. Orden social y espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta se enmarca la *delimitación del objeto de estudio* y se presenta el planteamiento del problema relacionado con la configuración de espacios turísticos *LGBT friendly*, se presenta el diseño de investigación con los elementos que generan la pregunta rectora y subsidiarias, objetivos, hipótesis y justificación del proyecto de investigación.

En el capítulo 2. Herramientas teórico-metodológicas para investigar el espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta: se presenta el *marco teórico*, el cual está

conformado por cuatro apartados que enmarcan las teorías que son *pilares* para en esta investigación, éstas son: a) Configuración y apropiación de espacios territoriales; b) Las estructuras y los agentes; c) Las prácticas sociales en un enclave turístico y; d) El poder en las relaciones sociales en red: clases sociales y capitales en juego.

También se presenta el desarrollo, justificación y propuesta de la metodología de investigación mixta bajo el paradigma del constructivismo; la tesis se sustenta con la etnografía en tanto método y técnica (cualitativa) y se complementa con el análisis cuantitativo en las redes de poder y datos económicos.

En el capítulo 3. El turismo "*gay friendly*" en Puerto Vallarta: una mirada socio-histórica e institucional, se coloca al turismo (*LGBT friendly*) como una práctica social en el contexto mexicano. Describe el paisaje del turismo en el mundo, en México y en particular en Puerto Vallarta, haciendo énfasis en la construcción del turismo *LGBT friendly*. Este capítulo está organizado en dos secciones, la primer sección sitúa el paisaje del turismo desde su origen hasta llegar al turismo *LGBT friendly* en la actualidad y en la segunda sección se coloca la construcción sociohistórica e institucional del turismo *LGBT friendly* en Puerto Vallarta.

En el capítulo 4. Resultados del trabajo etnográfico se presenta los resultados y hallazgos de la primera aproximación metodológica a través de una prueba piloto, las conclusiones del acercamiento exploratorio y el trabajo de campo realizado a través de la etnografía en la zona romántica. Se presentan hallazgos y sistematización del trabajo de campo con base en las narrativas de los entrevistados en el proceso etnográfico, las conversaciones sostenidas respecto al trinomio espacio-turismo-comunidad LGBT+ en la zona romántica y la investigación documental-digital proveniente de diversos medios como libros, periódicos locales, nacionales, redes sociales como facebook y grindr y, materiales de los cronistas de Puerto Vallarta.

Los capítulos cinco, seis y siete son el resultado del análisis crítico y reflexivo de la tesis, en ellos se da cuenta del espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta a la luz del marco teórico-metodológico previamente construido y presentado.

En el capítulo 5. Relaciones de poder: actores y capitales en el contexto turístico vallartense, se busca cristalizar las relaciones de poder económicas y políticas que se trazan

entre los diferentes actores que participan en la configuración y toma de decisiones de Puerto Vallarta como un destino turístico *LGBT friendly*.

En el capítulo 6. Prácticas y actores: turistas, residentes, empresarios, asociaciones y gobierno *en Puerto Vallarta, Jalisco*, se discute y visibiliza las formas de practicar el espacio de la zona romántica de Puerto Vallarta, el territorio en tanto espacio social es habilitado de forma “*amigable*” (*friendly*) para que los turistas y residentes LGBT+ lleven a cabo prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas, prácticas sociales que en otros espacios turísticos o en sus lugares de origen no son respetadas ni habilitadas (cultural-legalmente).

En el capítulo 7. Configuración de la zona romántica como espacio turístico *LGBT friendly: disputa por el territorio*, es una apuesta por materializar la configuración socio-territorial de un espacio en permanente construcción, valorizado y apropiado por un conjunto de actores que han moldeado el territorio para convertirlo en un espacio explotado mercantilmente, que al mismo tiempo permitió crear un espacio sedimentado cultural y simbólicamente que suscribe el respeto y aceptación por las prácticas de la comunidad que pertenecen a la diversidad sexual.

Finalmente, las conclusiones presentan las reflexiones finales que enfatizan los hallazgos respecto a tres cuestiones imprescindibles: 1) la respuesta a una pregunta rectora que permite colocar la construcción y aportación de conocimientos sobre el espacio turístico analizado; 2) la importancia sobre el abordaje interdisciplinar del objeto de estudio y; 3) las puertas que se abren hacia indagaciones futuras.

## Capítulo 1. Orden social y espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta

---

*"El movimiento de gays y lesbianas plantea, tanto tácitamente, con su existencia y sus acciones simbólicas, como explícitamente, mediante los discursos y teorías que produce u origina, cuestiones que están entre las más importantes de las ciencias sociales". (Bourdieu, 2015)*

### 1.1 Planteamiento del problema

---

El retrato del mundo promovido por el turismo en la sociedad contemporánea presenta un mapa geográfico, pintado con colores que diferencia los territorios socioculturales y los delimita a través de sus rasgos culturales, religiosos y económicos, pero también por las diversas actividades que se ofrecen, así como por las prácticas sociales que se realizan en espacios configurados como destinos turísticos.

El turismo como fenómeno social contemporáneo, tiene una importancia económica en el mundo, destacando que contribuye el 10% del PIB mundial; crea uno de cada diez empleos en el mundo; genera más de 1.4 billones de dólares en exportaciones, lo cual equivale al 7% de las exportaciones mundiales y; es responsable del 30% de las exportaciones de servicios en el mundo (OMT, 2018). En México el turismo es de gran relevancia como actividad económica, ya que ocupa el tercer lugar como fuente generadora de divisas después de las remesas enviadas del extranjero y la exportación del petróleo.

De acuerdo con el Informe anual 2017 del Banco de México, el turismo generó en México ingresos por la cantidad 21,333 millones de dólares, dichos ingresos son el reflejo del pago de actividades turísticas, alojamiento, comidas, entre otros, que se reflejan en la cuenta de viajes de la balanza de pagos mexicana<sup>1</sup>. Con respecto al 2016, el sector turismo registró una expansión anual del 8.6% de ingresos obtenidos por visitantes internacionales. Cabe resaltar que en 2017 el número de visitantes internacionales se incrementó en un 12% respecto del año inmediato anterior (BANXICO, 2018).

---

<sup>1</sup> La *cuenta de viajes* en la Balanza de pagos mexicana se encuentra en la *Cuenta corriente*, inciso B. *Servicios*, que incluye: transporte; viajes; servicios de seguros y pensiones; servicios financieros y; otros; el rubro de viajes es establecido por el Fondo Monetario Internacional (2009) como: "la adquisición de bienes y servicios en una economía por parte de personas que están de visita y no son residentes de esa economía" (FMI, 2009:297)

El 13 de febrero de 2013, el Presidente de República, Enrique Peña Nieto, dio a conocer la Política Nacional Turística (PNT) y las directrices que guiarían el sector durante los siguientes años, con la finalidad de aprovechar el potencial turístico de México, generar una mayor derrama económica en el país y hacer del turismo una palanca del desarrollo y bienestar social.

El turismo tiene un impacto directo en el desarrollo económico del país, razón por la cual se encuentra considerado en la meta nacional *México Próspero*<sup>2</sup>, cuyo objetivo es: aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país.

Definir las prácticas y/o interacciones que se llevan a cabo en el turismo es un proceso complejo, pues al tratarse de actividades realizadas por individuos, éstas responden a demandas socioculturales diversas, lo cual implica rechazar la conceptualización de que el turismo se practica sólo por recreación. Existen diferentes conceptualizaciones de turismo definidas por la Organización Mundial de Turismo (OMT) y adaptadas a cada país miembro de la misma, la OMT (2018), define el turismo como:

Un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT, 2018)

Entre las principales clasificaciones de turismo a nivel global podemos encontrar: médico, LGBT, deportivo, de lujo, sustentable, entre otras categorías. De acuerdo con el reporte emitido por la OMT (2018) más del 53% de los viajes realizados durante 2016 fueron por vacaciones, recreo u ocio, el 27% englobó motivos como visitar amigos y parientes, prácticas religiosas y/o peregrinaciones y tratamientos de salud; mientras que el 13% tuvieron como

---

<sup>2</sup> En el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018, se establecieron como metas nacionales: México en Paz, un México Incluyente, un México con Educación de Calidad, un México Próspero y un México con Responsabilidad Global. Dentro de la meta de un México Próspero se estableció como objetivo: “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país” (Plan Nacional de Desarrollo, 2013:143)

razón los negocios o motivos profesionales, y para el restante 7% los viajeros prefirieron no especificar una respuesta.

El turismo es un fenómeno social complejo, que implica un desplazamiento del lugar habitual de vivienda a un destino en particular, y que se caracteriza por un conjunto de prácticas sociales realizadas en ese lugar que conllevan interacciones con la comunidad receptora y otros visitantes o excursionistas, lo cual genera efectos económicos, culturales, sociales y ambientales en dicho destino. A diferencia de otro tipo de viajes como los diplomáticos y bélicos, el turismo persigue motivaciones específicas como el descanso, la recreación, asuntos de negocios y atención médica.

Indudablemente, pensar en turismo implica considerar dos aspectos relevantes para su desarrollo: el lugar (entendido en esta tesis como el espacio/destino turístico) y las prácticas que se realizan en el mismo. Cuando se habla de un destino turístico, lo primero en lo que se piensa es el tipo de destino y qué atractivos turísticos se pueden disfrutar en dicho territorio. Existen diferentes clasificaciones y categorizaciones realizadas por autoridades e investigadores del área de turismo, para efectos de esta investigación, se considera que el *turismo* está clasificado por: *a) los atractivos turísticos (uso)* ofrecidos en el destino: turismo cultural, turismo de sol y playa, turismo de reuniones, turismo deportivo, turismo de salud, turismo de naturaleza y alternativas del turismo (gastronómico, sexual, de retiro, y gay o LGBT); *b) localización del espacio (geografía)*, tales como: ciudad, playa o centro vacacional, rural, pueblo mágico, reserva y cruceros.

El enmarque de esta investigación está situado en el turismo LGBT, que está basado en el turismo alternativo y cuyas características principales son: *a) un ingreso económico más elevado, que incluso se convierte en pink dollar (dólar rosa) o DINK, un acrónimo para Dual Income No Kids (Doble ingreso económico no niños); b) orientación sexual y/o identidad de género diversas a las heteronormadas (OMT, 2012; SECTUR, 2015; IGLTA, 2016)*. Hasta el 2017, ninguna de las instituciones mencionadas refiere el tipo de prácticas que los turistas LGBT realizan ni incluyen características en cuanto a preferencia de tipo de destino (playa, bosque, ciudad, etc.). Lejos de estas características comúnmente aceptadas por la industria del turismo a nivel internacional, lo que identifica primordialmente al turista LGBT+ es su

orientación y/o identidad de género, pues generalizar que todas las personas que integran este sector no tienen hijos o cuentan con un ingreso económico elevado no es un dato estadísticamente comprobado.

Durante el 2017, la OMT publicó su segundo reporte sobre turismo LGBT y es a través de la *International Gay & Lesbian Travel Association* (IGLTA por sus siglas en inglés) que por primera vez define el turismo LGBT como:

Desarrollo y mercadotecnia de productos y servicios turísticos para lesbianas, gays, bisexuales y personas transgénero. Algunos de estos productos y servicios son diseñados y pensados específicamente en viajeros LGBT, por ejemplo, lunas de miel y ceremonias de matrimonio para parejas del mismo sexo o alojamiento o tours diseñados exclusivamente para hombres gay o mujeres lesbianas. En otros casos, los destinos o proveedores de servicios de viaje como aerolíneas y cadenas de hoteles buscan asegurar que el consumidor LGBT que visita su destino o compra su producto o servicio se sienta bienvenido y respetado (OMT, 2017: 14)<sup>3</sup>.

Los factores que influyen en la decisión de visitar un destino suelen ser: edad, personalidad, experiencias previas, influencias del ciclo de vida familiar, tipo de empleo y condiciones obtenidas para vacacionar, clase social e ingreso económico, fuentes de información de los destinos, género, orientación sexual y tipo de experiencia que se quiere vivir durante el viaje realizado.

Dentro de los elementos mencionados previamente, se suscriben para este trabajo los dos últimos factores, orientación sexual y tipo de experiencia que se quiere vivir en el destino visitado, como aquellos relevantes en la elección de un destino (OMT, 2017). Esto debido a que en esta investigación se busca profundizar en la configuración de espacios turísticos como *LGBT friendly*. Si bien la conformación de dicho segmento turístico inició en México desde hace algunas décadas con distintos procesos de aceptación entre las comunidades receptoras, clases empresariales, turistas LGBT y sociedad en general, en épocas recientes el gobierno federal mexicano ha buscado atraer más divisas al país a través del apoyo a la generación y desarrollo de productos y servicios turísticos destinados a esta comunidad en destinos específicos en México.

La denominación *gay friendly* (amigable con los gays, en su traducción literal), se puede entender como un concepto utilizado con fines discursivos en contextos específicos

---

<sup>3</sup> Traducción realizada del idioma inglés al español por el autor de esta tesis.

donde la diversidad en términos de género y orientación sexual supone cuestionamientos a los esquemas de orden y desorden social. El uso de este término implica reconocer tensiones entre una parte de la sociedad que no acepta la diversidad sexual y otra que pide se acepten y reconozcan los derechos de los sujetos con preferencias sexuales diversas. Este discurso *gay friendly* ha sido reapropiado para dar cabida a lo *LGBT friendly*, lo cual significa una ampliación en la visibilización de la comunidad diversa al incluir otras identidades como la lésbica, bisexual y transgénero. Aunque la comunidad diversa<sup>4</sup> se ha agrupado bajo las siglas LGBTTTIQA<sup>5,6</sup>, no todas las personas se identifican en estas etiquetas diferentes a la heterosexualidad e incluso han encontrado otras formas de llamarlas o identificarlas. Cabe mencionar que hay quienes dicen no pertenecer y/o identificarse con dichos nombramientos, sin embargo, la problemática de la comunidad va desde la invisibilización del grupo hasta las máximas expresiones de rechazo, la discriminación y violencia a la que se enfrentan para ejercer todo tipo de derechos garantizados para los hombres y mujeres heterosexuales en el mundo, incluso desde el propio derecho a vivir.

---

<sup>4</sup> Término que se usará para definir la comunidad lésbica, gay, bisexual, transgénero, transexual, travesti, intersexual, queer y asexual (LGBTTTIQA).

<sup>5</sup> De acuerdo con el Glosario de la diversidad sexual, de género y características sexuales (CONAPRED, 2016):

Lesbianas: mujeres que se sienten atraídas erótica y afectivamente hacia otras mujeres.

Gays: hombres que se sienten atraídos erótica y afectivamente hacia otros hombres.

Bisexuales: personas con la capacidad de sentir una atracción erótica afectiva por personas de un género diferente al suyo y de su mismo género, así como de mantener relaciones íntimas y sexuales con ellas.

Transexuales: personas que se sienten y se conciben a sí mismas como pertenecientes al género y al sexo opuestos a los que social y culturalmente se les asigna en función de su sexo de nacimiento, y que pueden optar por una intervención médica —hormonal, quirúrgica o ambas— para adecuar su apariencia física y corporalidad a su realidad psíquica, espiritual y social.

Transgéneros: personas que se sienten y se conciben a sí mismas como pertenecientes al género opuesto al que social y culturalmente se asigna a su sexo de nacimiento, y quienes, por lo general, no practican una intervención quirúrgica de los órganos pélvicos sexuales internos y externos para adecuar su apariencia física y corporalidad a su realidad psíquica, espiritual y social.

Travesti: personas que gustan de presentar de manera transitoria o duradera una apariencia opuesta a la del género que socialmente se asigna a su sexo de nacimiento, mediante la utilización de prendas de vestir, actitudes y comportamientos.

Intersexuales: personas cuya anatomía o fisiología sexual no se ajusta completamente a los estándares definidos para los dos sexos que culturalmente han sido asignados como masculinos y femeninos.

Queer: personas que no se identifican con el binarismo de género, son aquellas que además de no identificarse y rechazar el género socialmente asignado a su sexo de nacimiento, tampoco se identifican con el otro género o con alguno en particular.

Asexuales: Personas con una orientación sexual en la que no se siente atracción erótica hacia otras personas.

<sup>6</sup> En esta investigación se denominará a la comunidad diversa como LGBT+, pensando en no dejar a ningún miembro de la comunidad fuera del nombramiento.



De acuerdo con la Declaración Universal de Derechos Humanos en su artículo 1º: "Todos los seres humanos nacen libres e igual en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros". De acuerdo con la Asociación Internacional de Lesbianas, Gays, Bisexuales, Trans e Intersex (ILGA), existen 124 países en el mundo de los cuales 122 pertenecen a la Organización de las Naciones Unidas más Kosovo y Taiwán; en el reporte se presentan datos estadísticos basados en las leyes que prevalecen en cada uno de los Estados destacando la grave discriminación que en ellos predomina (ILGA, 2017:8).

De acuerdo con ILGA (2017), en 72 Estados aun se criminalizan las relaciones consensuadas entre personas adultas del mismo sexo, en 8 Estados es válida la pena de muerte como castigo. En Sudán, Irán, Arabia Saudí y Yemen la muerte es implementada por el Estado; en Nigeria y Somalia únicamente se implementa por el Estado en algunos territorios bajo la ley islámica del Saria y en Iraq y Siria la pena de muerte es implementada por actores no estatales. En países como Catar, Afganistán, Emiratos Árabes Unidos, Mauritania y Pakistán existe la posibilidad de implementar la pena de muerte bajo el tribunal de la Ley islámica del Saria, sin embargo, no ha sido aplicada. La criminalización en los otros 64 países va desde multas administrativas al encarcelamiento de un mes a cadena perpetua y, los fundamentos para penalizarlos describen dichas prácticas sexuales (de forma textual en las leyes de los países) como "actos sexuales, sodomía, en contra de la naturaleza, sexo anal, indecencia, entre otros" (ILGA, 2017:87).

México no es la excepción, a pesar de que en 2011 el artículo 1º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos fue modificado para prohibir la discriminación por orientación sexual:

Artículo 1o. En los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece... 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 cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

aun existe una sociedad con discursos y prácticas discriminatorias cuando se amenaza el orden socio-sexual establecido a través de la heteronormatividad.

Según cifras de la última encuesta aplicada hace siete años por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación en México, el 57.5% de la población no aceptaría a un homosexual en su casa, mientras que el 58.2% no aceptaría a lesbianas en su casa (CONAPRED, 2011).

Por su parte, la organización civil Letra S Sida, Cultura y Vida cotidiana realizó un informe con base en reportes periodísticos donde señala que México ocupa el segundo lugar a nivel mundial en crímenes de homofobia, registrándose más de 1,219 homicidios (reportados periodísticamente) por homofobia en México, ubicando al país solo por detrás de Brasil (Proceso, 2015).

La discriminación que reciben las personas de la comunidad LGBT+ en México no es un fenómeno nuevo, parece estar imbricado en la cultura y enraizado en el núcleo de la familia, es decir, aunque la sociedad dice aceptar la homosexualidad en nuestros días, las recientes marchas a favor de la familia ponen al descubierto el poder de la cultura, que resulta más fuerte que la simple aceptación a un otro que es distinto, o incluso de los cambios legislativos. El trabajo parece ser más arduo, pues la lucha contra la discriminación implica un cambio cultural, el cual tiene que pasar por eliminar los vestigios de un sistema social basado en la familia tradicional heterosexual.

El gobierno de la República ha realizado propuestas para defender y promover la igualdad de derechos y no discriminación de la comunidad LGBT+, a través de las diferentes secretarías que tiene a su cargo, así como del CONAPRED. El 27 de mayo de 2016, el presidente de la República Enrique Peña Nieto, mandó una iniciativa de gobierno a la Cámara de Diputados con base en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y en la estrategia *México en paz*, cuyo objetivo 1.5 es, "Garantizar los derechos humanos y la erradicación de la discriminación", con el objeto de reformar, adicionar o derogar diversas dispersiones del Código Civil Federal a efecto de:

- a) Garantizar el derecho de las personas del mismo sexo a contraer matrimonio en igualdad de condiciones que las personas heterosexuales; b) Establecer igualdad de condiciones que las personas heterosexuales para la adopción; c) Garantizar la identidad de género; d) Establecer el divorcio sin expresión de causa; e) La actualización de otras figuras jurídicas que regula el Código Civil Federal, con

la finalidad de armonizar las disposiciones jurídicas contenidas en dicho Código, de conformidad con los principios constitucionales de igualdad y no discriminación, así como para generar condiciones de igualdad y no discriminación de personas o grupos (Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018).

La iniciativa fue recibida, procesada y retenida en los escritorios de los diputados federales durante meses, pues su periodo de discusión legislativa coincidió con las manifestaciones públicas en su contra, a través por ejemplo de marchas organizadas por organizaciones de la sociedad civil como el Frente Nacional por la Familia (FNF)<sup>7</sup>, que se ha manifestado en diferentes medios de comunicación y ha organizado actos públicos en diferentes estados de la República mexicana protestando contra la iniciativa en cuestión, justificando que ésta atenta contra la familia tradicional como base de la sociedad. Las principales marchas en el país fueron el 10 y 24 de septiembre de 2016 y tuvieron como consigna que el presidente de la República retirara la iniciativa del Congreso de la Unión, o que no se aprobara la misma por los diputados federales. Se trata de grupos cuya lucha no está enfocada en la búsqueda de derechos para algún sector de la población, sino que buscan preservar la sociedad a través de un orden conservador que dicen, se vería amenazado al permitir derechos como el matrimonio entre personas del mismo sexo.

Finalmente, tras la atención mediática que generó en México la victoria del presidente de Estados Unidos, Donald Trump, la madrugada del 8 de noviembre de 2016, la Comisión de Puntos Constitucionales de la Cámara de Diputados rechazó el 9 de noviembre de 2016 la propuesta del Presidente de México, Enrique Peña Nieto, en la cual se modificaría la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos para aprobar los matrimonios del mismo sexo, lo cual impidió que la iniciativa fuera sujeta a votación por parte del total de diputados y senadores del Congreso de la Unión. Cabe hacer mención que en 2015 la Suprema Corte de Justicia de la Nación declaró inconstitucional la existencia de códigos civiles que establecen que dos personas del mismo sexo no puedan contraer matrimonio, sin embargo,

---

<sup>7</sup> Organización integrada por "Millones de padres de familia y más de mil instituciones de la sociedad civil organizada de todo el país, que promovemos y defendemos a las instituciones más importantes de la sociedad: El matrimonio, conformado entre un hombre y una mujer, y la familia natural, ambas bases de nuestra sociedad" (Frente Nacional por la Familia, 2016).

al no haber una modificación a la Constitución en este tema, el ejercicio de este derecho está subordinado a su aprobación en la legislación constitucional de los estados de la federación. A septiembre de 2019 son 19 de 32 estados de la República mexicana los que permiten el matrimonio igualitario<sup>8</sup>.

En un país como México, las orientaciones sexuales y las identidades de género no heterosexuales parecen poner en riesgo el orden establecido en la sociedad. Un hombre y una mujer gozan de todas las garantías legales para poder casarse, tener hijos y formar una familia si así lo desean, mientras que, a pesar de distintos esfuerzos por parte de distintos actores gubernamentales y de la sociedad civil, las personas que se identifican como parte de la diversidad sexual siguen enfrentando una serie de obstáculos para el ejercicio de derechos que parecerían atentar contra el orden tradicional establecido y naturalizado.

Estas condiciones legales tienen efectos en la vida cotidiana de los ciudadanos e impactan en contextos como el laboral, el médico e incluso el turístico, que atañe directamente este proyecto de investigación. En el marco de estas disputas sobre el orden social establecido ¿qué significa el derecho humano al ocio cuando se conjuga con una identidad de género u orientación sexual diversa?, ¿se tiene derecho a elegir el destino para vacacionar?, ¿se tiene derecho a realizar prácticas afectivas, amorosas y sexuales diferentes a las normalizadas y socialmente aceptadas en dichos destinos?, ¿a estas poblaciones se les debe de enviar a destinos especiales para que puedan divertirse y entonces no ser discriminados? La respuesta del gobierno federal mexicano apunta a que, para favorecer la no discriminación, la solución es crear "destinos turísticos *LGBT friendly*" en México.

---

<sup>8</sup> Los estados que permiten y reconocen los matrimonios igualitarios son: Baja California Sur (2019), Ciudad de México (2010), Campeche (2016), Chihuahua (2012), Colima (2016), Coahuila (2014), Hidalgo (2019), Michoacán (2016), Morelos (2016), Nayarit (2015), Oaxaca (2019), Quintana Roo (2012), San Luis Potosí (2019). Los estados que lo aceptan por orden de la Suprema Corte de Justicia de la Nación son: Aguascalientes (2019), Baja California (2014), Chiapas (2017), Jalisco (2016), Nuevo León (2019), Puebla (2017)

### 1.1.1 Derechos humanos LGBT y turismo

---

*“El principio de universalidad no admite excepciones. Los derechos humanos son un derecho verdaderamente innato de todos los seres humanos” (Pillay, 2008)*

En la actualidad, el discurso por el respeto de los derechos humanos de la comunidad Lésbico, Gay, Bisexual y Transexual (LGBT) ha tomado mayor fuerza y relevancia para quienes ostentan el poder en un mundo globalizado. Hasta principios del siglo XXI, los Derechos Humanos (DDHH) de dicha comunidad habían sido invisibilizados, pues no fueron tema de discusión en la agenda de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) sino hasta junio de 2011, cuando su Consejo adopta la resolución 17/19, que permitiría con la aprobación de los integrantes del Consejo el que se discutiera acerca de dicho tema.

Como resultado de la aprobación del Consejo, la Alta Comisionada de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos, Navi Pillay, presentó el informe *“Leyes y prácticas discriminatorias y actos de violencia cometidos contra personas por su orientación sexual e identidad de género”*, donde se reporta evidencia de la violencia y discriminación originada por la orientación sexual e identidad de género de las personas; dichas violencias presentaban una sistematicidad desde las áreas laborales y de atención de la salud hasta llegar a casos en los que miembros de la comunidad LGBT fueron asesinados después de recibir ataques físicos. El informe cerraba con recomendaciones para que los Estados reforzaran la protección de los derechos humanos de los grupos vulnerados en cuestión (Organización de las Naciones Unidas, 2012).

Las conclusiones del informe sirvieron de fundamento para una mesa redonda que se celebró en el Consejo el 7 marzo 2012, la primera vez que un órgano intergubernamental de las Naciones Unidas celebraba un debate oficial sobre el tema (Organización de las Naciones Unidas, 2012, pp. 7-8).

Las conclusiones de la mesa redonda fueron emitidas a través de recomendaciones establecidas en cinco pasos, los cuales instaban a los Estados miembros para que se cumpliera con lo siguiente:

1. **Proteger** a las personas contra la violencia homofóbica y transfóbica. Incluir la orientación sexual y la identidad de género como características protegidas en las leyes sobre delitos motivados por prejuicios. 2. **Prevenir** la tortura y los tratos crueles, inhumanos y degradantes contra las personas LGBT que estén detenidas, prohibiendo y sancionando este tipo de actos y asegurando que se ofrezca una reparación a las víctimas. 3. **Derogar** las leyes que tipifican penalmente la homosexualidad, incluidas todas las que prohíben la conducta sexual privada consentida entre adultos del mismo sexo. 4. **Prohibir** la discriminación basada en la orientación sexual y la identidad de género. 5. **Salvaguardar** la libertad de expresión, de asociación y de reunión pacífica de las personas LGBT e intersexuales (Organización de las Naciones Unidas, 2012, p. 11).

Como se puede observar, las recomendaciones emitidas no buscaron generar derechos humanos especiales, sino que fueron hechas con base en lo que todo ser humano debería disfrutar desde que nace, los derechos humanos no son algo que debe ser otorgado o ganado, sino que son innatos.

Aunque se puede hablar de algunos logros en el reconocimiento y protección de los derechos humanos de la comunidad LGBT+, la misma noción de logro resulta problemática, es decir, los derechos humanos se tienen por principio y no deberían ser obtenidos a través de disputas como las que enfrenta esta comunidad, tanto en el ámbito legal como en otros ámbitos del espacio público. Desde esta perspectiva no hay ganancia, pues pareciera que los agentes dominantes del campo del turismo han logrado convencer a ciertos grupos de que sus conquistas valen la pena, aunque éstas no busquen el ejercicio pleno de los derechos de la comunidad LGBT+. Se debería respetar a las personas lesbianas, gays, bisexuales y transexuales en todos los lugares públicos y no sólo en algunos destinos turísticos de los países, pues por lo menos en el caso mexicano, las circunstancias en algunos de estos destinos son diferentes a las del resto del país. Otros problemas relacionados con el desarrollo de espacios específicos para esta población tienen relación con la legalización del matrimonio, la discrepancia en el respeto de la comunidad LGBT+ en un destino turístico amigable en contraste con el resto del país y, por último, el acceso de la población local o nacional a estos destinos especializados con respecto a los viajeros internacionales.

Desde una perspectiva crítica, se deberían garantizar las cinco recomendaciones propuestas por la ONU, aunque bastaría con la premisa general de que los derechos de los

integrantes de la comunidad LGBT+, son derechos humanos, es decir, no se deben de otorgar ni más ni menos derechos, sino los mismos que todos los humanos gozan.

La categoría de Turismo LGBT o segmento especializado *LGBT friendly* se problematiza en esta investigación a partir de la identificación de los actores que se benefician de este segmento, de otros actores que están en el juego (políticos, empresarios, comunidad receptora, asociaciones y turistas gays y no gays), así como de los tipos de capital con los que están luchando para dominar el campo turístico.

Es necesario ir al origen de lo que ha acontecido con los derechos humanos en torno a la población LGBT+ en la comunidad vallartense, puesto que se identifican diferencias entre los discursos y las prácticas, mismas que permiten develar lo arbitrario de las reglas del juego de la estructura. Siguiendo a Bourdieu, se analiza “el efecto indirecto de un conjunto complejo de acciones que se engendran en la red de las coacciones cruzadas a las que cada uno de los dominantes, dominado de este modo por la estructura del campo a través del cual se ejerce la dominación, está sometido por parte de todos los demás” (Bourdieu, 1997:4).

Pensar en un mundo capaz de albergar a todos sin diferencias (distinción-inclusión/exclusión), implicaría la reprogramación de este tipo de turismo, eliminando las nominaciones (LGBT) y/o los espacios especiales para esta comunidad, así como reconfigurar las formas de convivir y de llevar a cabo las prácticas sociales, no solo de las redes, si no de los sujetos mismos que las conforman en relación con los procesos de resistencia.

En este sentido, analizar la situación de los DDHH de la comunidad LGBT+ y su relación con las formas de ejercicio del poder en el campo del turismo, conlleva a pensar en 1) las etiquetas impuestas para poder nombrarlos en una categoría específica; 2) destinarles un lugar especial para divertirse (fuera del conjunto); 3) la posibilidad de que estos turistas utilicen su capital cultural, siguiendo a Bourdieu (2015), para salir del gueto o del proceso de guetización que por otro lado ha sido considerado hasta ahora como un triunfo.

### 1.1.2 Inclusión de una minoría a través del turismo *LGBT friendly*

De acuerdo a la OMT (2012), la situación de los turistas LGBT+ ha cambiado en el mundo porque la legislación los reconoce y permite que como minoría sexual puedan realizar

actividades sin ser objeto de discriminación, por lo tanto, asuntos como el reconocimiento del matrimonio igualitario en España, Estados Unidos, Argentina y México conllevan retos como el de "Dar una bienvenida auténtica, respetuosa, diversa e inclusiva y tus amigos y miembros de familia LGBT permanecerán leales y entusiastas" (OMT, 2012).

Si bien los cambios en la legislación de los países contribuyen a reducir la discriminación, desde una perspectiva sociocultural, dichos cambios legislativos no permean en la totalidad de las relaciones sociales que se sostienen en la vida cotidiana; por una parte, el reconocimiento legal y las luchas que lo preceden logran la visibilización de una comunidad históricamente excluida que sigue siendo marginada, discriminada y violentada, sin embargo la forma en que la comunidad LGBT+ se legitima de forma cotidiana en una sociedad cuya base milenaria ha sido la familia tradicional (padre, madre e hijos) y un orden heterosexual dominante, resulta más compleja.

En el mismo reporte de la OMT (2012), se reconoce que, si se genera este segmento de turismo y los turistas son respetados, las ganancias económicas irán en aumento en los negocios, desde un discurso claramente económico que no enfatiza las violencias de las que es objeto esta comunidad, ni se ocupa de nociones como la no discriminación.

En México el gobierno federal a través de la Secretaría de Turismo a su cargo ha realizado acciones para promover espacios (destinos) turísticos de esparcimiento para el grupo LGBT+, la Secretaría de Turismo del gobierno federal (SECTUR) informó que durante 2013 se realizaron los inventarios de prestadores de servicio especializados para los segmentos de turismo Lésbico, Gay, Bisexual y Transgénero (LGBT), para conocer la oferta existente en nuestro país. A pesar de la visibilidad gubernamental que este sector obtuvo durante el sexenio 2012-2018, a cargo del presidente Enrique Peña Nieto, en este periodo no se propuso ningún proyecto de inversión turística para dicho sector especializado.

En el año 2013, la senadora Luz María Beristain Navarrete presentó una propuesta para que se creara una subsecretaría de Diversidad Sexual que pudiera promover el turismo LGBTTTI<sup>9</sup>, el discurso tenía como base que dicho mercado turístico era importante para el crecimiento de la economía del país:

---

<sup>9</sup> LGBTTTI: Lesbianas, Gays, Bisexuales, Travestis, Transgéneros, Transexuales e Intersexuales.



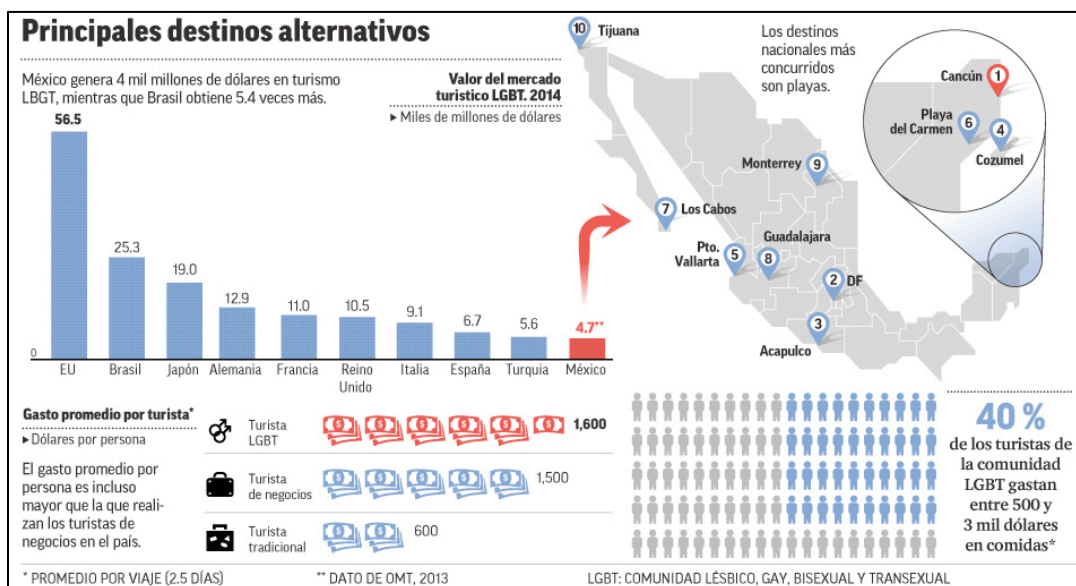
El turismo LGBTTTTI abarcaba el 10 por ciento de la totalidad del mercado, lo que ha hecho que la industria turística adquiriera un interés singular en este sector. A pesar de estas cifras, comenta la diputada del PRD promotora, nuestro país se ha mantenido fuera de los grandes receptores de esta clase de turismo, ya que sólo contamos con un destino conocido especializado en el turismo en mención que es Puerto Vallarta, el cual ocupa el segundo lugar, sólo atrás de Buenos Aires, Argentina (Senado de la República, 2014, p. 1).

El 14 de abril de 2014, se publicó el dictamen que emitió la comisión de Turismo de la Cámara de Senadores, aprobando con punto de acuerdo:

Exhortar a la Secretaría de Turismo a implementar estrategias que consideren y fortalezcan las políticas relacionadas al turismo lésbico, gay, bisexual y transexual dada la importancia de este segmento turístico, reconocido por la Organización Mundial de Turismo (Senado de la República, 2014, p. 3).

En el año 2014, el periódico *El Financiero*, publicó una gráfica que representa la derrama económica generada por el mercado LGBT+ a través del turismo en México, la información tiene como base datos proporcionados por la Organización Mundial de Turismo.

Imagen 1 Principales destinos alternativos (turismo LGBT) en México



Fuente: Alcántara, 2014 en periódico *El Financiero*.

De acuerdo con la imagen 1, la derrama económica promedio de la estancia de un turista tradicional es de 600 dólares americanos, mientras que el turista de negocios genera 1,500 dólares y el turista LGBT 1,600 dólares, lo que hace visible un notorio interés por parte de las autoridades federales para incentivar el turismo LGBT. Cabe hacer mención que, de

acuerdo con las estadísticas de la Cuenta de Viajeros del Banco de México para el año 2017, el turista internacional derrama en promedio 230 dólares diarios en nuestro país durante su estancia.

En las administraciones federales anteriores a la encabezada por Enrique Peña Nieto, la referencia hacia el turismo LGBT o ahora denominado por la administración 2012-2018 como *LGBT friendly* había sido nula, sin embargo, con la exhortación emitida por la Cámara de Senadores en 2014, la situación parece cambiar e inician acciones para fortalecer este mercado o sector especializado. A continuación, se presentan algunas de las notas más importantes emitidas por el gobierno federal sobre este tema:

El 27 de junio de 2015, el gobierno federal, a través del Subsecretario de Innovación y Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo (Sectur), Carlos Joaquín González, reconoció la importancia del turismo LGBT, por su derrama económica, alrededor de tres millones de visitantes internacionales, con un consumo promedio que se valora en aproximadamente dos mil 550 dólares, que es prácticamente el doble en comparación a los 780 del visitante tradicional y con crecimiento anual de poco más de 10.3 por ciento, frente al 4.7 por ciento del crecimiento general del turismo. Precisó que la SECTUR y el Gobierno de la República han realizado un Estudio de Diagnóstico de Potencialidad en los destinos de México para el segmento LGBT, y se han identificado como Gay Friendly a Cancún, Ciudad de México, Puerto Vallarta, Cuernavaca, Oaxaca y Guadalajara, entre otros (Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo, 2015).

Desde el año 2015 a la fecha, el discurso del gobierno federal es apoyar con inversión a los destinos *LGBT friendly*; por ejemplo, en Guadalajara (considerado como uno de estos destinos), se ha lanzado una campaña a través de la cual se certifican lugares que cumplan con requisitos de calidad y exigencia por parte del colectivo gay, reconociendo los lugares (hoteles, restaurantes, discotecas, bares, etc.) como *gay friendly*.

El 17 de diciembre de 2015 la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal, continuó con la campaña de atracción de turistas gays, en la cual publicó “Recuerda que #México tiene estados para poder realizar tu matrimonio y te lleves recuerdos únicos” (cfr. Imagen 2), donde aparece una pareja de hombres, haciendo alusión al matrimonio igualitario en México, lo anterior generó diversas reacciones en Facebook<sup>10</sup>, sitio en el cual fue publicada la nota, y al 4 de septiembre de 2019, la nota tenía más de 2,300 comentarios (a favor y en contra del matrimonio gay y la homosexualidad), casi 11,000 *likes* o me gusta, en total la nota había sido compartida más de 2,500 veces.

---

<sup>10</sup> <https://www.facebook.com/SECTUR.MX/posts/1144476725587054:0>

## Imagen 2 Promoción del turismo a través del matrimonio igualitario



Fuente: Secretaría de Turismo de México, 2015.

El debate desarrollado por los usuarios de la red social Facebook, referente a esta publicación, se enfocó principalmente en la aceptación de las prácticas de sexualidad de los gays, dejando de lado el motivo principal por el cual había sido publicada la fotografía: atracción de turistas gays en México en espacios reglamentados y normalizados para el matrimonio igualitario.

Precisamente, una de las adaptaciones que se han hecho en el turismo, es la mercantilización del turismo gay o *LGBT friendly*, promoviendo productos turísticos específicos para su consumo. De acuerdo con la Secretaría de Turismo, el turismo *LGBT friendly* representa diferentes tipo(s) de turismo(s) preferidos por una comunidad (LGBT): turismo de lujo, de playa, ecoturismo, gastronómico, cultural, ya que el producto turístico dependerá del destino turístico; es decir, Morelos crea una experiencia de hoteles de lujo para el turista LGBT, en Oaxaca crearon un recorrido turístico con los Muxes, y la idea es que los

ochos destinos turísticos *LGBT friendly* en México, tengan al menos un producto turístico para ofrecer.

Con base en la entrevista realizada a Domínguez<sup>11</sup> (Paulina Domínguez, comunicación personal, 7 de Julio de 2017), se presenta lo que implica en turismo LGBT en la política nacional (2012-2018). La idea del segmento turístico LGBT en México fue concebida durante la administración de la Secretaría de Turismo, la licenciada Gloria Guevara, quien en 2012 pensó en crear y fomentar un producto turístico *gay friendly* tipo Puerto Vallarta y Cancún (que ya lo tenían de forma innata) pero ordenado y organizado, sin embargo, fue en 2013 que se dio la declaración de que se iniciaría con un levantamiento de inventario del producto turístico en el país (documentado en páginas previas de este documento) y se inició un nuevo proceso, el cual consistió en:

- 1) Reunirse con la Secretaría de Relaciones Exteriores, empresarios del sector turístico, consultores y secretarios de turismo de los estados del país para conocer las necesidades que se tenían al respecto y poder establecer una estrategia de capacitación para todos los estados de la República Mexicana.

- 2) Se dio la capacitación a los diferentes representantes de las secretarías de turismo de los estados del país para plantear las posibilidades y formas de sensibilización para atraer y atender a este tipo de turistas. Se enfatizó que este tipo de capacitación sería impartida por quienes conocieran el mercado turístico LGBT, por lo que se hizo un convenio con Talento Consultores (empresa privada), quienes ofrecen una capacitación para dar la acreditación como miembro certificado LGBT. Para obtener la acreditación es necesario aprobar el examen del curso y contar con un operador turístico que permita promover el destino como tal. En la imagen 3 se presenta el reconocimiento otorgado por las diferentes instancias involucradas en la acreditación<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Entrevista realizada por el autor de esta investigación, julio 2017, en la Secretaría de Turismo federal (Ciudad de México) con la responsable del turismo LGBT en México, licenciada Paulina Domínguez Aguilar, Subdirectora de la Dirección General de Innovación del Producto Turístico, adscrita a la Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico.

<sup>12</sup> Acreditación del Estado mexicano en conjunto con empresa de consultoría.

### Imagen 3 Establecimiento Acreditado Turismo LGBT en Puerto Vallarta, junio 2017



Fuente: página web de ACT LGBT A.C.

3) De la capacitación que se impartió, fueron 15 los estados interesados en crear un producto turístico para el mercado LGBT, sin embargo, son ocho los destinos que actualmente pueden ofrecer productos turísticos innovadores por estado, lo cual llevó al siguiente paso;

4) Se generó un Club de producto, donde cada estado presentó su producto turístico innovador a comercializar para el segmento LGBT.<sup>13</sup>

5) Una vez que cada destino tiene uno o más productos turísticos, se da el visto bueno y pasa a promoción a través del Consejo de Promoción Turística para cerrar el ciclo del producto.

La SECTUR decidió hacer una alianza con CONAPRED para impartir cursos de sensibilización para atender a la comunidad LGBT, estos cursos forman parte de la capacitación para obtener la acreditación. Por su parte, el CONAPRED ofrece cursos en línea

---

<sup>13</sup> El producto turístico, como lo comenta la licenciada Domínguez, será diferente en cada destino del segmento especializado LGBT, es decir, Oaxaca tiene la cultura Muxe como producto turístico para los gays y está trabajando con el segundo producto turístico para lesbianas: Chinantla. Morelos ofrece un producto turístico relacionado con el mercado de lujo al presentar y dar servicio al segmento LGBT en hoteles tesoro. En el caso de Guadalajara serán Tlaquepaque y Tequila.

para evitar la discriminación hacia la diversidad<sup>14</sup> y tiene un convenio con la IGLTA (*International Gay and Lesbian Travel Association*)<sup>15</sup> para difundir su apoyo y promover el turismo con calidad y servicio a través de la marca *MÉXICO*.

En la actualidad, algunos promotores y autoridades cuentan con inventarios turísticos *LGBT friendly* de algunos destinos, aunque estos no son exhaustivos. La promoción del destino en el extranjero se está dando a través la dirección de Promoción del Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta, quien tiene una oficina de representación en Nueva York.

Continuando con el discurso oficial, durante 2017 se publicó mediante el comunicado 10 de SECTUR, que un conjunto de

productores locales, pequeños empresarios, artesanos y guías locales de turistas, conjuntaron el proyecto Milpa Alta Amigable que incluye la creación de la primera ruta de turismo de naturaleza *gay-friendly* de la Ciudad de México... En 2017, la Sectur continuará con el trabajo para fortalecer la oferta turística del país para el sector LGBT, a través de viajes de familiarización; promoción, difusión y comercialización dirigida a esta comunidad en destinos internacionales clave; y capacitación y sensibilización, en coordinación con Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred), a prestadores de servicios turísticos (Sectur, 2017).

En marzo de 2017, se publicó el comunicado 42 de Sectur, en el cual se informa de nuevas estrategias de diversificación para el turismo LGBT,

Sectur organizó un viaje de familiarización para operadores turísticos del segmento LGBT por el estado de Morelos, para conocer la 'Experiencia LGBT', rubro que obtuvo el premio a la 'Diversificación del Producto Turístico 2016' del pasado Tianguis Turístico de México y del 'Mejor Producto de Turismo Activo Internacional' en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) 2017 (Sectur, 2017a).

Es importante señalar que la posición de Puerto Vallarta, Jalisco como destino *gay friendly* ha tenido un desplazamiento a la baja, pues ahora se ubica como al tercero más visitado en México, perdiendo importancia en el mapa de preferencias de la comunidad LGBT+. De acuerdo al último reporte anual emitido en marzo de 2015 por la empresa *Out Now Consulting*, la caída en la preferencia de la comunidad LGBT+ por Puerto Vallarta es más fuerte, pues aparece después de la posición 20 como un destino deseable para visitar por la mayoría de sus encuestados alrededor del mundo, de acuerdo con estos datos los destinos mexicanos que serán más visitados son: la Ciudad de México y Cancún, seguidos de Puerto Vallarta, Jalisco (Out Now Global, 2015).

---

<sup>14</sup> <http://conectate.conapred.org.mx>

<sup>15</sup> <https://www.iglta.org>

Tabla 1 Destinos principales para el turismo LGBT en 2015

<b>LGBT2020: Top 10 Africa / Latin America / Caribbean Destinations for LGBT Travel in 2015</b>			
Rank 2015	CITY	2011 rank	Change since 2011
1	Rio de Janeiro	1	---
2	Buenos Aires	2	---
3	Bahamas	---	NEW in 2012
4	Cape Town	6	+2
5	Mexico City	5	---
6	Sao Paulo	3	-3
7	Cancún	4	-3
8	Cuba	---	NEW in 2014
9	Puerto Rico	---	NEW in 2014
10	Barbados	---	NEW in 2012

Fuente: Out Now Global, 2015.

Tanto los esfuerzos reportados por las autoridades turísticas federales, como los datos de preferencia e intención de viaje de turistas potenciales, y la generación de productos turísticos por parte de la iniciativa privada, plantean un panorama de crecimiento y eventual consolidación del sector turístico *LGBT friendly* en México, lo cual supone una serie de dinámicas que atraviesan las esferas económicas, políticas, sociales y culturales de frente al reconocimiento de la diversidad sexual.

Esta investigación considera que son las prácticas sociales las que han configurado el espacio turístico de la zona romántica de Puerto Vallarta, permitiendo un sentimiento de apropiación socioterritorial. Aunque la decisión de los sujetos (turistas) para visitar los destinos está basada en sus emociones, motivaciones y deseos de realizar determinadas prácticas durante su vacación y/o visita, es durante su estancia que el sujeto interactúa con diferentes personas de la comunidad receptora (residentes), otros visitantes, el sector empresarial (prestadores de servicios), asociaciones e incluso instancias de gobierno.

Se asume que las prácticas sociales y las interacciones encontradas, son básicas para comprender el proceso mediante el cual los actores (turistas, residentes, empresarios, asociaciones y gobierno) configuran y reconfiguran un territorio como un espacio turístico *LGBT friendly*, que podrá ser promocionado como *destino turístico LGBT friendly*; aun cuando la acreditación oficial es otorgada desde la estructura gubernamental, son los sujetos visitantes los que quieren mantener dicha categorización que convierte a los sitios turísticos en espacios ganados para la población diversa. Este fenómeno no puede entenderse sin considerar que, en el caso particular de Puerto Vallarta, el producto turístico y el destino turístico denominado como *LGBT friendly* inició su configuración desde los años cincuenta.

En este sentido, se analizan las prácticas de los actores que han logrado modificar la estructura turística y al mismo tiempo los han reconfigurado como agentes, partiendo de que la constitución social de los actores como sujetos se deriva de una doble estructuración (Giddens, 2006); por una parte el sujeto ha estado inmerso en un proceso de dominación y estructuración en el cual se le ha dicho qué prácticas sociales se pueden realizar y en qué espacios, así como quiénes pueden realizarlas, pero han sido los actores en tanto sujetos, quienes con su poder de agencia han logrado irrumpir en la estructura que ha constreñido el sistema turístico para dar paso a una habilitación legitimada de usos y prácticas turísticas en destinos específicos como Puerto Vallarta, Jalisco.

Al analizar las prácticas sociales e interacciones entre los sujetos, se pretende conocer la naturaleza del contacto, los atributos de la relación y las consecuencias generadas al configurar un destino turístico.

Desde esta perspectiva, el turismo como fenómeno social está delimitado por las estructuras y las lógicas de poder, pero también se configura a través de los rasgos de agencia ejercidos por los actores que intervienen en la toma de decisiones, iniciando con el turista y sus decisiones sobre el tipo de prácticas que decide realizar, hasta los empresarios que permiten habitar la infraestructura y negocian con el gobierno para la obtención de permisos y seguridad, así como los propios residentes y organizaciones que apoyan la configuración de un espacio que es seguro y respetuoso de la comunidad LGBT+. El análisis de esta investigación reconoce las limitaciones políticas, económicas, sociales y culturales, pero al



mismo tiempo supone que existe la capacidad por parte de los sujetos para construir, transformar y/o reconfigurar espacios.

La investigación requirió conocer cuáles son las prácticas sociales que llevan a cabo los diferentes actores que intervienen en la configuración de un espacio turístico que es amigable con la comunidad LGBT+. Cuáles son las prácticas de la comunidad LGBT+ y heterosexual en un destino turístico considerado como *LGBT friendly*, para establecer si existen diferencias respecto a las prácticas sociales que realizan en su lugar de origen y por su orientación sexual e identidad de género, es decir, ¿hay prácticas turísticas especiales en los destinos para personas de la comunidad LGBT+ en comparación con los heterosexuales?, ¿existe un comportamiento distinto al estar en un lugar donde hay un reconocimiento explícito de los derechos de la comunidad LGBT+? Aunado a lo anterior, se revisaron las prácticas sociales de los residentes, empresarios, asociaciones y gobierno que posibilitan los cambios en un orden socio sexual basado en la heterosexualidad y familia tradicional hacia prácticas realizadas por la comunidad LGBT+ en un territorio convertido en espacio turístico.

Desde esta perspectiva, el estudio de la configuración de estos espacios turísticos considera tanto la identidad de los sujetos, como el espacio configurado como destino turístico *LGBT friendly* a través de las prácticas y relaciones sociales, analizando las interacciones entre los actores: turistas, residentes, empresarios, asociaciones y gobierno. Además, es necesario analizar los vínculos entre las acciones de los actores (agencia) y las relaciones de poder establecidas en y con la estructura.

El diseño de esta investigación surge a partir de la revisión de la situación actual de los estudios producidos en torno al turismo gay, con una revisión de trabajos que incluyó el cruce de los temas turismo, homosexualidad y turismo gay. Como resultado de esta revisión se plantean las tensiones encontradas:

- ✓ Conflicto entre la perspectiva del turismo como una actividad socioeconómica y el turismo como una práctica social que tiene efectos ambientales y socioculturales en las comunidades receptoras y sus visitantes.

- ✓ La identidad gay es un constructo social que se usa para quitar el efecto estigmatizador del concepto homosexualidad que ha generado la heteronormatividad y ha sido incorporado a la comunidad diversa LGBT+.
- ✓ En los estudios del turismo gay, aún no queda clara la definición de la categoría, es decir, ¿es una condición, una nueva clasificación del turismo, se refiere sólo a espacios, a prácticas, a sujetos o a destinos? Una de las tensiones principales del turismo gay es definir si se trata de prácticas, de espacios creados y adaptados o de un segmento de mercado y qué implicaciones tiene lo anterior.

La identificación de las tendencias y vacíos en los estudios publicados ha permitido plantear la pregunta de investigación, el objetivo central, los objetivos específicos y la hipótesis de trabajo.

## 1.2 Diseño de investigación

---

### 1.2.1 Pregunta de investigación

---

¿Cómo las prácticas sociales y las relaciones que existen entre los actores que participan en el fenómeno social del turismo configuran un espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta en la actualidad?

Preguntas subsidiarias:

1. ¿Cómo se ha construido socio-históricamente la zona romántica de Puerto Vallarta como espacio turístico *LGBT friendly*?
2. ¿En qué forma participan los diferentes actores involucrados en la configuración del espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta?
3. ¿De qué forma las prácticas amorosas, afectivas, sexuales y turísticas de los turistas LGBT+ configuran un espacio territorial?
4. ¿Cuáles son las relaciones de poder (económicas y políticas) que configuran un espacio de este tipo?

### 1.2.2 Objetivo general

---

Analizar el proceso de configuración del espacio turístico *LGBT friendly* a través de las prácticas sociales y relaciones que sostienen los diferentes actores que participan en el fenómeno del turismo en Puerto Vallarta, Jalisco.

### 1.2.3 Objetivos específicos

---

1. Caracterizar la construcción sociohistórica de la zona romántica de Puerto Vallarta como destino *LGBT friendly*: sus espacios y sus temporalidades.
2. Identificar y caracterizar la forma en que participan los diferentes actores involucrados en la configuración del espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta.
3. Identificar y analizar las distintas prácticas amorosas, afectivas, sexuales y turísticas de los turistas LGBT+ que permiten reproducir o transformar el orden establecido en el territorio analizado.
4. Analizar las relaciones de poder, económicas y políticas, que se dan entre los actores que participan en un destino turístico LGBT.

### 1.2.4 Hipótesis de trabajo

---

La configuración de espacios turísticos *LGBT friendly* está articulada por las prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas, entendidas como prácticas sociales, que realizan los sujetos LGBT+ y que se encuentran legitimadas por las relaciones de poder (culturales, económicas y políticas) que mantienen los diversos actores (turistas, residentes, empresarios, asociaciones y gobierno).

### 1.2.5 Justificación

---

De manera paralela los actores sociales divergentes o contrarios a ese orden social legitimado son quienes, de forma explícita o implícita, abierta o encubierta, sostienen, promueven prácticas y discursos sociales/sexuales contrarios a la heteronormatividad, es decir, a los principios exclusivos de heterosexualidad/monogamia/reproducción/matrimonio (ingredientes constitutivos del modelo sexual occidental, orden social) (Collignon, 2011:143).

Aunque se ha avanzado respecto al estudio del turismo desde las ciencias sociales y económicas, aun no queda clara la definición del turismo gay o de destinos turísticos *LGBT*

*friendly*, es decir, ¿se trata de una condición, una nueva categoría, se refiere sólo a espacios, a prácticas, a sujetos, relaciones o a destinos?

Esta investigación resulta académicamente pertinente porque permite aportar conocimientos sobre el turismo desde las ciencias sociales, con aportes que permitan una mirada interdisciplinaria a los espacios turísticos y las prácticas sociales que en ellos se realizan, pues los estudios al respecto han estado en su mayoría basados en modelos económicos y explicaciones desde la teoría mercadológica. Este estudio permite explicar el fenómeno social del turismo (como una pequeña parte de las realidades existentes) con base en las tensiones que generan en la sociedad las prácticas sexuales de actores que por ser LGBT+ son divergentes al orden social legitimado y que atraviesan la cultura del espacio practicado (De Certeau, 2007).

## Capítulo 2. Herramientas teórico-metodológicas para investigar el espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta

---

### 2.1 Plataforma teórico-conceptual de la investigación

---

Para analizar el proceso de configuración de espacios turísticos a través de las prácticas y relaciones sociales que en ellos se mantienen, se revisaron varias teorías, que en términos de Bourdieu (2007), son *claves* que nos ayudan a pensar y a dar explicaciones de lo que sucede en la realidad social, a través de códigos o términos históricamente constituidos que son provisorios para una época en tanto no aparezcan *nuevas claves* que nos permitan (re)pensarlos y (re) pensar nuestros objetos de estudio.

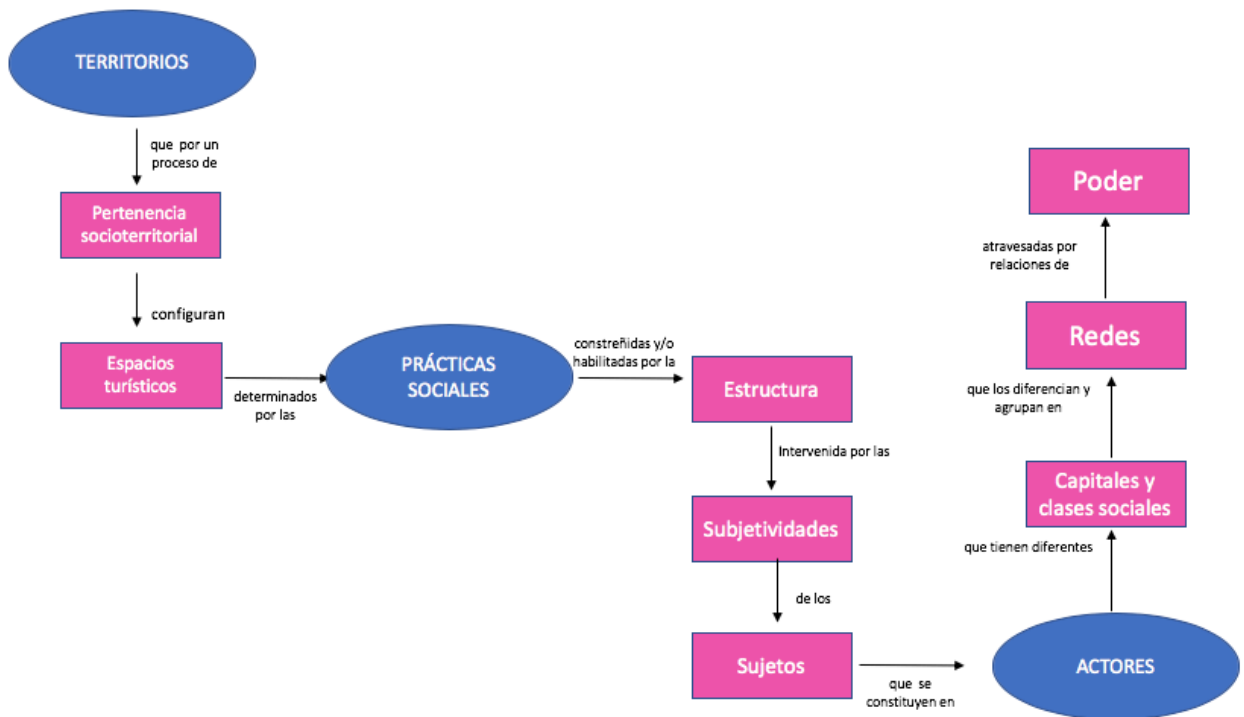
Para explicar el fenómeno central de esta investigación se identifican tres ejes clave que permiten la observación de las configuraciones planteadas: el territorio, las prácticas sociales y los actores en red de relaciones. Estos ejes clave están articulados con otros conceptos teóricos como: espacio, estructura, subjetividad, clases sociales y capital.

El territorio como espacio geográfico-social configurado y apropiado, los actores implicados en la red de relaciones y las prácticas sociales que configuran el destino turístico vallartense como *LGBT friendly* son los ejes clave del marco teórico, entretejidos de manera relacional con el marco metodológico que sustenta la investigación.

Este apartado está organizado a partir de los ejes y conceptos clave, fundamentados en cuatro secciones: 1. Configuración y apropiación de espacios territoriales; 2. Las estructuras y los agentes; 3. Las prácticas sociales en un enclave turístico, y; 4. El poder en las relaciones sociales en red: clases sociales y capitales en juego.

A continuación, se presenta un mapa conceptual, que sintetiza el anclaje teórico de esta tesis, representa las articulaciones tejidas a partir de los tres ejes clave (óvalos azules) con los conceptos teóricos (cuadros rosas) que refuerzan los ejes clave del marco teórico, dando cuenta de su relación y flujo de interconexión.

## Mapa 1 Propuesta teórica-conceptual



Fuente: elaboración propia.

### 2.1.1 Configuración y apropiación de espacios urbano-territoriales

El espacio urbano es el referente material de la sociedad, la concentración de una serie de elementos materiales y simbólicos que con base en un modo de producción específico existen en una determinada zona. Espacio en permanente construcción, atravesado por mediaciones políticas, económicas y culturales (Reguillo, 1991).

Las relaciones e interacciones establecidas por los actores transforman los espacios urbanos en territorios apropiados a través del tiempo. Así, aunque la globalización ha permitido formular teorías acerca de la desterritorialización, como la de la creación de una aldea global que contiene a todos los territorios y permite la deslocalización de los recursos, siguiendo a Giménez (2000), los territorios siguen funcionando como espacios estratégicos en los cuales se desarrollan actividades simbólicas que permiten inscribir esas excepciones culturales, pues

mantienen un rol preponderante en términos económicos y políticos a pesar de que la globalización pareciera tener como fin desdibujarlos y eliminar su importancia.

Aunque desde esta perspectiva el proceso de globalización implica una (des)territorialización, es a través de lo global que también se puede revalorizar un territorio, pues como lo expone Boisier (1998), no basta con entender el territorio desde lo global, sino en conjunto con las prácticas que realizan los actores en el espacio local, preguntándose por las características que constituyen las relaciones entre los actores, así como por los procesos y dinámicas de construcción y apropiación que lo configuran (Sosa, 2012).

En esta investigación se entiende como territorio al espacio valorizado y apropiado por un conjunto de personas y en donde interviene un simbolismo y carga de significado (Valera, 1993; Giménez, 2000; Gustafson, 2001). Por su parte, el espacio geográfico se materializa a través de diferentes relaciones espacio-temporales y es producto derivado del hombre, se construye a través de una delimitación gráfica, sin embargo, tiene connotaciones socioculturales al momento de ser definido.

El espacio turístico es resultado de la valoración y apropiación que se le da a un territorio (Giménez, 2000; Valera, 1993; Vidal, 2005) y dicha apropiación puede ser analizada desde un aspecto utilitario del espacio, al aprovechar y explotarlo (instrumental-funcional) y también como un espacio de sedimentación de simbolismos y cultura, en el cual surgen sentimientos de apego (Giménez, 2000; Altman y Low, 1992; Vidal y Pol, 2005) que permiten lograr una relación de identidad-apego colectivo que generará un sentido de apropiación en los actores que interactúan y se relacionan en el territorio.

Por lo anterior, el territorio turístico puede ser visto como un lugar al que la sociedad le destina ciertas características de organización, en tanto espacio, y en el cual se desarrollan determinadas actividades sociales, económicas y políticas. Por otro lado, el territorio como destino turístico también es la suma de espacios en los que el simbolismo y ciertos significados son proyectados por los actores sociales que interactúan en ellos con determinados roles, lo que provoca apegos afectivos y símbolos de pertenencia socioterritorial (Giménez, 2000: 103).

Tal es el caso de los turistas y residentes (los cuales incluso son empresarios en el territorio o forman parte del gobierno municipal) vistos como actores de la comunidad LGBT+. Estos actores parecieran mantener un vínculo afectivo con el territorio, probablemente porque tiene una carga simbólica en un contexto en el cual sus prácticas sociales son respetadas y en donde las interacciones con la comunidad receptora posibilitan un involucramiento sociocultural que permite la adhesión compartida al complejo simbólico-cultural de una colectividad, dentro de la cual el territorio desempeña un papel central.

Bajo este supuesto, una forma de analizar la configuración de un espacio turístico es la pertenencia socio-territorial, que según el modelo propuesto por Giménez (2000), está conformado por cuatro elementos: complejo ecológico territorial, identidad personal, colectivo solidario, y simbolismo expresivo y evaluativo.

Un concepto que está asociado a la pertenencia socio-territorial, es el geosímbolo, el cual es retomado en el modelo de Giménez (2000) y definido por Bonnemaïson como “un lugar, un itinerario, una extensión o un accidente geográfico que por razones políticas, religiosas o culturales revisten a los ojos de ciertos pueblos o grupos sociales una dimensión simbólica que alimenta y conforta su identidad” (Bonnemaïson, 1981:256).

De acuerdo con el modelo propuesto por Giménez (2000), la pertenencia socioterritorial en el espacio turístico puede ser analizada bajo tres elementos/dimensiones:

- 1) Complejo ecológico-territorial: a través del cual se establece la naturaleza antropizada de los bienes ambientales, como pueden ser la playa, montaña, sitios pintorescos, el malecón.
- 2) Distribución de instituciones y prácticas culturales ligadas a un espacio: pautas de comportamiento, formas de vestir, fiestas o festivales, rituales específicos como matrimonios, es decir, rasgos etnográficos específicos.
- 3) Identidad-Colectividad: los sujetos pueden interiorizar el territorio como objeto de representación y de apego afectivo, es decir, a través de la socialización llevada a cabo en el proceso de esparcimiento se pueden interiorizar elementos simbólicos que les permite a los turistas generar un sentimiento y estatus de pertenencia al destino.

Por lo tanto, se considera que el territorio, entendido como un espacio turístico es



“apropiado y valorizado”, sigue funcionando como actor económico, político y social en las estrategias de poder, que funciona como base de la actividad simbólica-cultural que viven los sujetos y que aun cuando la globalización llame a una desterritorialización física, el territorio sigue siendo objeto de estudio desde lo sociocultural (Giménez, 2000:35).

Siguiendo estos procesos, puede entenderse cómo las ciudades han sido (re)codificadas en forma dialéctica de territorios a espacios, a través de complicadas y complejas operaciones de nominación, mediante las cuales se pueden objetivar las relaciones sostenidas por los actores en un paisaje urbano, cimentando un vínculo entre el espacio construido y las identidades encontradas, Reguillo (1991).

Entonces si realizamos la operación de pensar el espacio turístico *LGBT friendly* como un territorio en disputa, también podemos pensarlo como ese espacio urbano que implica un "lugar social que hace posible la emergencia de ciertos fenómenos...(así como) la relación entre espacio y prácticas (lo que genera) un punto de tensión donde confluyen los sistemas de explotación, de dominación y de hegemonía" (Reguillo, 1991:28-29), en ese sentido, se coloca el territorio como el espacio urbano socializado en el que se juegan relaciones de poder atravesadas por la cultura, en un contexto local influenciado por la globalización y que le permite a los sujetos apropiárselo simbólicamente.

En este estudio el espacio turístico se visualiza como un territorio valorizado y apropiado, donde ocurre un cruzamiento de movilidades, animado por un conjunto de movimientos (relaciones y prácticas sociales) que ahí se despliegan y que es (re)producido por las operaciones que lo orientan al ser un enclave turístico con circunstancias especiales, en tanto un desordenamiento sociosexual circunscrito a un territorio, que son legitimadas por la sociedad, y que funciona con sus respectivos conflictos de ordenamiento y proximidades contractuales derivadas de las relaciones socioeconómicas que en dicho espacio se suscitan (De Certeau, 2007).

Se entiende que un espacio turístico, es un lugar practicado que está legislado espacialmente, es decir a través de las prácticas (De Certeau, 2007), las cuales pueden ser las acciones o los discursos que generan una escisión del orden sociosexual establecido; y es precisamente la división del espacio lo que lo estructura y que parece que está generando lo que Giménez y De Certeau denominan *región*, entendido como ese espacio creado por

interacciones y serie de prácticas "por las cuales uno se apropia del espacio" (De Certeau, 2007:138).

Sin embargo, un espacio turístico es un lugar *practicado* que está delimitado y que tiene cierta movilidad, es decir, está constituido por fronteras que se derivan de las apropiaciones que los actores realizan del territorio, que funcionan como un símbolo narrativo de intercambios y de encuentros y que al mismo tiempo generan un *punte* que permite el paso y las miradas de otros, pero, al mismo tiempo, genera *insularidades*<sup>16</sup>.

Se concibe ese espacio como un territorio creado y marcado por las prácticas, que a la vez que es apropiado por sus practicantes (actores) que entran en una insularidad simbólica, genera una especie de dominación simbólica que puede pensarse en una aislación que deriva en un *gueto* al pensar que es un espacio delimitado por una frontera con características y elementos especiales que lo hacen pensar como tal (Wacquant, 2004).

En la época contemporánea, las ciudades experimentan procesos donde queda claro que el tipo de ciudad que se quiere "no puede estar divorciada de la que plantea qué tipo de lazos sociales, de relaciones con la naturaleza, de estilos de vida, de tecnologías y de valores estéticos que se desean" (Harvey, 2008:23). Esa mediación del tipo de ciudad querida o requerida por los habitantes no siempre es decisión de estos, sino del capitalismo que busca colocar excedentes de capital en diferentes proyectos, y dos de ellos son ciudad y turismo (Harvey, 2008; Borja, 2013; Benach, 2016).

Si en un sistema capitalista no son los habitantes quienes ostentan el poder de decisión sobre su territorio, el derecho a la ciudad parece estar en manos de algunos cuantos, la élite que posee poder económico y político, la cual va transformando los espacios de la ciudad en adaptaciones de sus deseos y comodidades, sin tomar en cuenta al resto de la comunidad e incluso desplazándolos a lugares de marginación periférica o concéntrica. Harvey (2008) afirma claramente que la lucha de la urbanización es con el capital financiero, cuyos excedentes están siendo invertidos en la urbanización de las ciudades y que disfrazan su aportación como un beneficio para todos, lo cual es muy discutible si se analizan

---

<sup>16</sup> Se propone el término insularidades, para exponer el posible aislamiento del territorio (metafóricamente entendida) como una isla, es decir conectada a través de un puente, pero finalmente aislada.

empíricamente las circunstancias particulares de ciudades que son destinos turísticos. Además, estas disputas por el poder urbanizador se oponen a la perspectiva de la ciudad desde los Derechos Humanos, pues como sostuvo Lefebvre (1968) tener derecho a la ciudad es poder dirigir el proceso urbano, es decir, que la sociedad civil en conjunto pueda decidir democráticamente su destino.

Las ciudades muestran la distribución espacial de las relaciones sociales, y en esta época post-fordista, el proceso de acumulación por desposesión (Harvey, 2008; Davis, 2004) es clave en las ciudades destino del turismo, donde si bien se promueve el desarrollo económico de sus habitantes como consecuencia de las actividades productivas, éste resulta desproporcionado al considerar los esquemas de ganancia diferenciada entre inversionistas y pobladores en el sistema capitalista frente a procesos económicos como el de urbanización.

El proceso de acumulación y desplazamiento en los destinos turísticos, es claramente visible a través de la construcción de edificios verticales con alto valor en el mercado que venden calidad y ubicación, la creación de cotos de vivienda que prometen estatus y seguridad y, la inversión en general en bienes inmuebles que son completamente inalcanzables por la sociedad más desprotegida, se erigen como los nuevos ideales de urbanización que prometen traer consigo grandes inversiones en infraestructura para zonas (re)urbanizadas y que dejarán al final (si alcanza el presupuesto estatal) las zonas más desfavorecidas que Davis (2004) denominaría como *slums* (villas miseria, barrios bajos o colonias populares).

Borja afirma que:

la emergencia de la ciudad del siglo XXI es espectacularmente *dialéctica*, y en ella lo bueno y lo malo, integración y marginalidad, cohesión social y desigualdad creciente, desarrollo sostenible y dinámicas insostenibles, productividad competitiva y enclaves excluyentes, democratización de la gestión urbana y crisis de gobernabilidad... globalización y localismos, etc., están en conflicto permanente (Borja, 2013:32).

El proceso dialéctico que se genera en las ciudades es evidente, sin embargo, autores como Benach (2016) afirman que las ciudades convertidas en espacios turísticos han seguido políticas de internacionalización que les ha permitido atraer flujos económicos que como consecuencia ocasionan una pérdida irreparable de los significados y los espacios urbanos vividos.

Se coincide con el planteamiento de Borja (2013) respecto a la promoción y venta de los espacios urbanos a los turistas internacionales y se subraya este tipo de turistas, porque son justamente quienes derraman la divisa internacional y constituyen el sector mayormente valorado por las autoridades gubernamentales y la comunidad receptora. Sin embargo, este grupo de turistas también suelen generar algunos efectos negativos, como parte de los efectos propios del capitalismo, donde el fenómeno del turismo busca los beneficios de convertir el espacio en una ciudad mercantilizada que provoca la acumulación por desposesión.

### **Espacio social como espacio de nominación y dominación simbólica**

Se puede... comparar el espacio social con un espacio geográfico en el interior del cual se recortan las regiones. Pero este espacio está construido de tal manera que los agentes, los grupos o las instituciones que en él se encuentran colocados tienen tantas más propiedades en común cuanto más próximos estén en este espacio; tantas menos cuanto más alejados (Bourdieu 1996:130).

Siguiendo el planteamiento de Bourdieu (1996), es que se piensa la ciudad como un espacio social, en el cual se "recorta" un territorio en el que existen un conjunto de relaciones desiguales entre los actores que ocupan posiciones diferentes dependiendo de la dimensión en la que se encuentren (Bourdieu:1984;1996;1997), es decir, el espacio social construido con base en principios de diferenciación y distribución, dependiendo de las propiedades activas (capitales) con las que cuenta cada actor, haciendo énfasis que no sólo importa el volumen de los capitales, sino su estructura y trayectoria de acumulación.

Las prácticas sociales que realizan cada uno de los actores que configuran el espacio turístico *LGBT friendly* están ligadas al capital que poseen, que les permite emprender o realizar determinada acción.

Existen cuatro tipos de capitales, de acuerdo con la propuesta de Bourdieu (1997), cuyas características son: *capital económico*: se refiere principalmente a los factores de producción en conjunto con los bienes económicos, ambos son convertibles en dinero. *Capital cultural*: que es el resultado de la conjugación de las tres formas en que se presenta: 1) incorporado, entendido como el habitus y que se manifiesta corporalmente en el sujeto a través de su forma de actuar o hablar; 2) objetivado, en forma de bienes culturales; 3)

institucionalizado, reconocidos en títulos académicos legitimados socialmente. *El capital simbólico*: es el reconocimiento que se hace de los otros tipos de capital, también se le reconoce como el prestigio o reputación. Finalmente, el *capital social*, puede ser entendido como el conjunto de relaciones sociales que tiene el sujeto debido a la pertenencia de grupos y a los recursos que provienen de dichas relaciones.

La suma de capitales de un individuo le sirve para posicionarse en el espacio social establecido, su legitimación resulta de que "los agentes aplican a las estructuras objetivas del mundo social estructuras de percepción y de apreciación que salen de esas estructuras objetivas... esas relaciones objetivas de poder tienden a reproducirse en las relaciones de poder simbólico" (Bourdieu, 1988:138).

La comunidad lésbico, gay, bisexual y transexual (LGBT+) ha sido *nombrada*<sup>17</sup>, a partir de un proceso de visibilización que la sitúa en categorías que por contraste resultan opuestas a la heterosexualidad, por lo mismo, ese proceso de visibilización coloca a sus miembros en situaciones de distinción, pero también de violencia simbólica.

Al hablar de un espacio turístico en el cual se llevan a cabo prácticas sociales de esparcimiento para un colectivo específico (dado que no "deben" de realizarse en otros espacios), surge una posibilidad de análisis que devela y pone de manifiesto la especial violencia simbólica ejercida por la dominación simbólica en la categorización que se ejerce sobre la población diversa (lesbianas, gays, bisexuales y transexuales) denominados como turistas LGBT. Es decir, al resto de los turistas no se les denomina turistas no gay o turistas heterosexuales, sino que simplemente son turistas que pueden disfrutar y llevar a cabo prácticas turísticas en cualquier espacio, sin embargo, para el colectivo *diverso* parece que ser visible sólo está legitimado públicamente en ocho destinos turísticos de la República Mexicana, en los que la discreción o disimulo podrían quedar de lado para expresarse como lo que son, pues a diferencia del color de piel, la raza, la feminidad, la estigmatización se puede ocultar-exhibir dependiendo del sujeto.

---

<sup>17</sup> "*Nominación oficial*... acto por el cual se le otorga a alguien un título, una calificación socialmente reconocida, es una de las manifestaciones más típicas del monopolio de la violencia simbólica legítima que pertenece al Estado o a sus mandatarios"(Bourdieu, 1988:138).

Siguiendo a Bourdieu (2015), la particularidad de la dominación simbólica no tiene nada que ver con los signos sexuales, sino con las prácticas sexuales, es decir, cómo se comportan, qué posición sexual se tiene (hombre/mujer-activo/pasivo)<sup>18</sup> y qué tipo de relaciones mantienen con la sociedad. Como se puede observar, las derivaciones que se han legitimado en la sociedad (mexicana) son dicotómicas, por lo que las demás prácticas diversas son prácticas sexo-afectivas de la comunidad LGBT+ que rompen con lo institucionalizado y necesitan un espacio físico/conceptual a partir del cual se pueda (re)establecer en el orden social.

Surgen entonces dos cuestionamientos clave acerca de la categoría *gay friendly* o turismo LGBT: ¿Es posible que para la comunidad LGBT+ (y el resto de los actores involucrados) sea suficiente revertir un estigma transformándolo en emblema o geosímbolo territorial, al convertirse en orgullo para poder ser un grupo visible? O bien, ¿se tendría que buscar generar un cambio en las categorizaciones heteronormativas impuestas para así derribar el orden simbólico establecido?

Cabe señalar que en las prácticas observadas en el espacio turístico LGBT friendly, se reproduce el orden social heteronormativo que excluye de sus derechos a la población LGBT+ cuando, paradójicamente, se produce un espacio limitado de respeto a los derechos de la diversidad sexual. Esta dinámica, está lejos de generar un cambio en las categorías heteronormativas impuestas en el espacio más amplio del destino turístico de Puerto Vallarta, o en el orden simbólico establecido.

La *guetización* como “amor del gueto” que describe Bourdieu (2015), parece ser el claro ejemplo a analizar en Puerto Vallarta, que ha provocado otros cuestionamientos que se buscan resolver con la investigación: ¿cuáles son las prácticas sociales que realizan los actores en un destino *gay friendly* que son naturalizadas por los dominadores?, ¿son las prácticas sociales permitidas, las que han (re)configurado el espacio permitiendo un sentimiento de pertenencia y apropiación de Puerto Vallarta?, ¿qué espacios públicos permite la estructura para que los turistas lleven a cabo prácticas turísticas de turistas gays

---

<sup>18</sup> Formas de definir la dominación “desde el principio masculino (activo es el sujeto penetrante y pasivo el sujeto penetrado)” (Bourdieu, 2015:144).

y no gays?, ¿cuál es la agencia de los actores involucrados en el destino turístico (dominantes-dominados)? y en palabras textuales de Bourdieu: “¿Cómo, en términos más realistas, es decir, más políticos, se puede evitar que las conquistas del movimiento no acaben en una forma de guetización?”

Para entender mejor el concepto de gueto, nos remontamos a sus orígenes en Venecia, de acuerdo con Levy (2005), durante 1516 cuando se tuvo una llegada masiva de judíos deportados de España que incrementó su cantidad en Italia, a lo que el senado italiano de la época, respondió creando el *gueto nuovo*, en el cual confinaría a todos los judíos, dándoles el derecho de relacionarse fuera del gueto durante el día (con el fin de obtener sus recursos económicos, pues la mayoría poseía cantidades de dinero considerables), pero obligándolos a retornar a la isla cerrada durante la noche y encerrarlos para evitar incluso contactos sexuales con la gente cristiana, al otro lado de las puertas.

Pensar el gueto con base en su origen, es decir, un espacio confinado y delimitado que permite ciertas libertades y obligaciones con el fin de mantener el orden social establecido, pero que a la vez, permite extraer los recursos de los guetizados, es la forma en que se piensa el espacio turístico *gay friendly* en esta investigación, pues aunque en la actualidad no se les obliga a retornar y realizar las prácticas turísticas en un espacio, sí se les invita a realizarlas dentro del territorio destinado para ello.

En este estudio se acude a la propuesta realizada por el sociólogo francés Loïc Wacquant, quien, a propósito de la construcción sociológica del gueto, propone dos propósitos de este y cuatro elementos que lo constituyen:

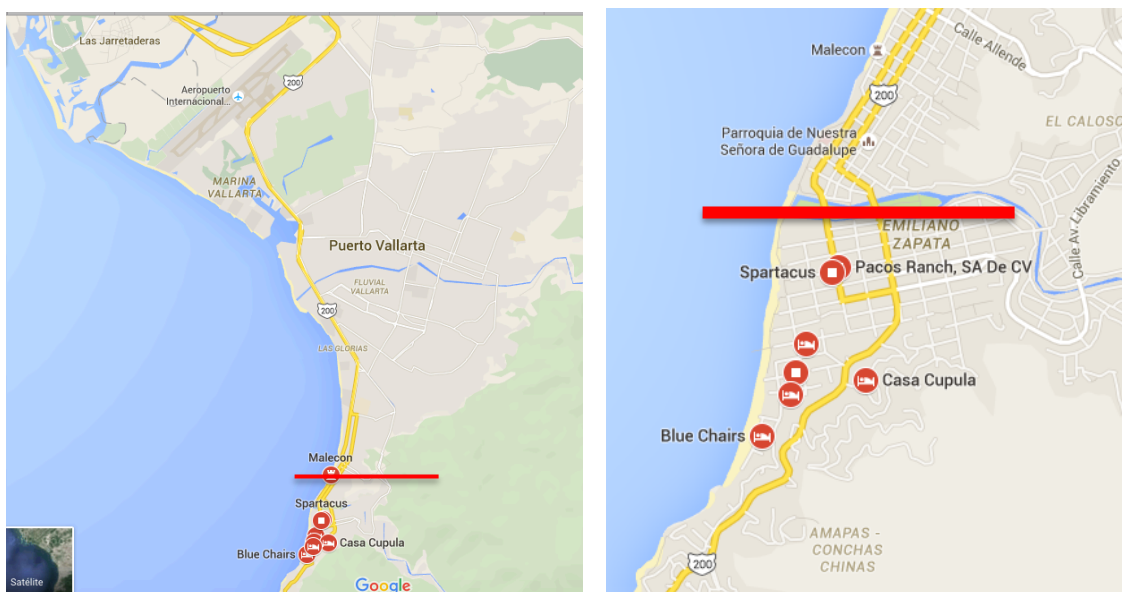
El gueto es un instrumento sociorganizacional que emplea el espacio para reconciliar dos propósitos antinómicos: maximizar las ganancias materiales extraídas de un grupo considerado mancillado y mancillante, y minimizar el contacto íntimo con sus miembros para alejar la amenaza de la corrosión y el contagio simbólico que llevan consigo... los cuatro elementos constitutivos del gueto son: estigma, restricción, confinamiento espacial y encasillamiento institucional (Wacquant, 2004:2).

El supuesto de un posible gueto en Puerto Vallarta para la comunidad LGBT, es un enmarque teórico que permitirá analizar si el territorio y los actores que lo configuran a través de las prácticas están siendo limitados o excluidos por las instituciones que regulan el orden social establecido, o si es una forma de auto-guetización en términos bourdianos.

Es útil pensar en el gueto y el conglomerado étnico como dos configuraciones ideotípicas situadas en extremos opuestos de un continuo a lo largo del cual diferentes grupos se pueden ubicar o viajar con el tiempo dependiendo de la intensidad con la que las fuerzas del estigma, la restricción, el confinamiento espacial y la duplicación y lo completo de sus instituciones se combinan y los afectan. La formación de guetos puede convertirse entonces en una variable multinivel para el análisis comparativo y la especificación empírica. Puede ser atenuada hasta el punto en que, a través de la gradual erosión de sus fronteras espaciales, sociales y mentales, el gueto se convierta en una concentración étnica electiva que opere como un trampolín para la integración estructural y la asimilación cultural en la formación social más amplia. (Wacquant, 2004:5)

En el caso de Puerto Vallarta, parece que el gueto simbólico<sup>19</sup> es la denominada zona romántica, en la cual la concentración de lugares gay y *gay friendly*<sup>20</sup> es notoria (hoteles, bares, discotecas, restaurantes, saunas, cafés, etc.), su límite geofísico es el río Cuale y al cruzarlo de oriente a poniente, el territorio parece transformarse y permitir la diversidad en sus calles y establecimientos, sin represalias o discriminación (cfr. Mapa 2).

### Mapa 2 Establecimientos gay y gay friendly en la Zona Romántica



Fuente: Elaboración propia con la herramienta Google Maps.

<sup>19</sup> Le denomino *gueto simbólico*, porque no hay un condicionamiento legal que marque la entrada o salida al espacio territorial en cuestión, así como tampoco existen señalamientos que sugieran o establezcan en forma física (material) los límites del espacio turístico creado para el turista LGBT+.

<sup>20</sup> La diferencia propuesta para este estudio es que un lugar es gay cuando sus propietarios son parte de la comunidad LGBT+ o han decidido que sus clientes principales son gays y cuyo trato es preferencial a ellos; mientras que un lugar *gay friendly*, puede ser cortés o atender de manera especial a la comunidad LGBT+, pero no está especialmente diseñado para esta comunidad.



Como se puede apreciar en términos gráficos, el puente del río Cuale, es un límite en cuanto al aislamiento que se produce en la zona turística *gay friendly*, es decir, aunque legalmente el paso no esté impedido o sugerido, se ha generado un gueto simbólico el cual organiza un enclave turístico con prácticas socio afectivas, amorosas, sexuales y turísticas de personas de la comunidad LGBT+, que son legitimadas en tanto se realicen en el territorio permitido (Bourdieu, 2008; De Certeau, 2007; Wacquant, 2004).

### **2.1.2 La estructura y los agentes en el destino turístico**

En la actualidad, los sujetos “modernos” o “post-tradicionales” generan una revisión de su actuación, pues de acuerdo con Giddens (2006), revisan su historia, se apropian de los espacios, del tiempo, de formas de vidas que ellos mismos construyen y que a la vez los reconstituyen, dentro de una estructura que les puede constreñir pero que al mismo tiempo permite o habilita una reconfiguración de espacios, de agentes y de las mismas estructuras.

Esta investigación considera fundamental analizar la existencia recursiva de la estructura, así como la agencia para reconfigurar los espacios que los sujetos poseen en la actualidad al desarrollar prácticas sociales (turísticas) situadas en Puerto Vallarta, Jalisco. Por lo tanto, se propone abordar los conceptos de estructura y agente desde la teoría de la estructuración de Giddens (2006), donde el autor manifiesta su desacuerdo tanto con las formulaciones planteadas por Parsons y Althusser desde el funcionalismo, como con el estructuralismo propuesto por Durkheim.

#### **La estructura**

Se plantea que el turismo es una práctica social que se enmarca en un contexto de tensión que se genera entre la estructura y el sujeto con agencia; para Giddens (2006) en la teoría de la estructuración, la estructura se entiende como las reglas, recursos o conjunto de relaciones de transformación que se organizan como propiedades de los sistemas sociales, inmersos en coordenadas de espacio y tiempo.

Para poder analizar cómo es la estructura que posibilita las prácticas turísticas en Puerto Vallarta, es importante entender que los agentes las llevan a cabo sobre una base de

reglas, normas y recursos en una diversidad de contextos que finalmente producen y reproducen a los mismos agentes como producto de una interacción. En otras palabras, entender cómo se ven afectados esos agentes y cómo reproducen el orden social *en, con y sobre* la estructura (constricción/habilitación), pues su capacidad de agencia tiene un límite.

La dualidad entre agentes y estructura permite que las características y propiedades sean a la vez el medio y el resultado de las prácticas sociales que ellas organizan de manera recursiva, por lo que esa dualidad resulta central para el análisis de este estudio. Si bien la estructura ha estado sujeta a distintos procesos de flexibilización, ella misma marca con reglamentos, políticas y discursos los lugares permitidos para realizar prácticas turísticas por cierto sector de la población.

Este estudio toma como base el análisis de la dualidad de la estructura a través de las tres dimensiones existentes, de acuerdo con Giddens (2006): significación, dominación y legitimación. En cada una de las dimensiones mencionadas podemos encontrar un orden institucional: significación = órdenes simbólicas/modos de discurso; dominación = instituciones políticas e instituciones económicas; legitimación= instituciones jurídicas. Cabe enfatizar que la dominación que se establece en los espacios turísticos también proviene de dos tipos de recursos: de asignación (denotan aptitudes transformativas que generan mando sobre objetos, bienes y/o fenómenos materiales) y de autoridad (denotan aptitudes transformativas sobre individuos o actores), sin embargo, los recursos mencionados son recursos de dominación si se integran en procesos de estructuración.

Se propone que los sujetos que actúan en la configuración del espacio turístico *LGBT friendly*, son agentes humanos dotados de racionalidad que les permite actuar con consecuencias, muchas veces no imaginadas, a través de una estructura que organiza las actividades individuales, pero que no sólo constriñe, sino que también habilita a los agentes para que en unas coordenadas de espacio-tiempo, sean los mismos agentes los que reproduzcan pero a la vez (re) construyan las estructuras (Giddens, 2006).

En este contexto, este estudio tomará como modelo el análisis de la conducta estratégica centrado en el agente humano, pero también en el análisis institucional centrado en el conjunto de relaciones establecidas y generadas en el sistema social a estudiar

(estructura). Al afirmar Giddens que la sociedad está construida por seres humanos, se infiere que la dinámica social es el resultado de la agencia de los sujetos que la integran.

Giddens sostiene que “La acción contiene un elemento de ‘subjetividad’ que no se encuentra en el mundo natural, y la comprensión interpretativa del significado de las acciones para el actor es esencial para explicar las regularidades discernibles en la conducta humana” (1976:64). En este sentido, vale la pena retomar el concepto de acción y revisarlo en el contexto turístico en el cual los sujetos a través de su reflexividad pueden repensar sus prácticas.

No hay sujeto sin estructura, pero tampoco hay estructura sin instituciones y son las mismas estructuras las que sostienen el orden de lo social en coordenadas espacio-temporales específicas; en un contexto histórico particular como el caso de Puerto Vallarta, la cultura hegemónica heteronormada se institucionaliza a partir de la familia tradicional y su sistema socio-sexual heteronormado.

Finalmente, se entiende que las relaciones de poder que se sostienen entre sujeto y estructura en Puerto Vallarta (como destino turístico), podrían limitar ciertas prácticas sociales, pero también podrían habilitarlas y legitimarlas.

### **Agente o actor social**

Con base en la teoría de la estructuración de Giddens (2006), podemos caracterizar a los sujetos que intervienen en el espacio turístico de Puerto Vallarta como agentes, por su capacidad reflexiva acerca de las acciones que realizan, es decir, registran sus motivaciones, las racionalizan y además reconocen ciertos aspectos físicos y sociales a su alrededor. Es el mismo agente que es “considerado como un sujeto humano global localizado en el espacio-tiempo corpóreo del organismo vivo” (Giddens, 2006:86).

Entre lo que un sujeto puede decir (conciencia discursiva) y hacer (conciencia práctica), existe una diferencia que tiene connotaciones sobre intenciones y razones de actuar, sin embargo, las prácticas sociales que realiza el agente, también tienen motivaciones inconscientes.

Los agentes realizan un proceso de racionalización que implica conocer las intenciones de sus acciones y las posibles consecuencias de sus prácticas, sin embargo, esto no significa que siempre exista una intención directa, ni que se realice una evaluación de las actividades realizadas.

En esta investigación se considera que el sujeto, tiene una capacidad transformadora (agencia) que puede reconfigurar espacios delimitados (constreñidos socialmente por la estructura) con su capacidad de obrar, los agentes tienen la capacidad de transformar las relaciones sociales aun cuando se encuentren en una estructura constrictiva, pues la pueden modificar en una estructura habilitante.

Giddens define la agencia en términos de la capacidad que el actor tiene de hacer cosas, y no como la intención que tiene de hacerlas, además de ubicar que dichas acciones están enmarcadas en un contexto:

... es esencial insistir en la necesidad de una interpretación del agente y no del sujeto, y de la agencia en vez de la mera subjetividad. Los "sujetos" son en primer lugar y sobre todo, agentes. Al explicar la agencia humana es necesario destacar dos elementos que las teorías estructuralistas suelen omitir o subestimar. Uno es lo que en otro lugar he llamado "consciencia práctica", el otro la "contextualidad de la acción" (Giddens, 1991:278).

Desde esta perspectiva es que se entiende una clara recuperación del plano consciente de la acción, en donde los agentes sociales constituyen las prácticas y al hacerlo integran también un mundo social significativo. La comprensión aparece como una condición ontológica de la vida social. La autorreflexión del agente y la comprensión que él tiene de sí mismo resulta posible sólo en la medida en que está relacionada con lo que los otros hacen y con la comprensión que tienen de ello. Esta capacidad de reflexividad se logra a través de la mediación del carácter social del lenguaje que, como parte de los procesos comunicativos de interacción, es un medio que permite la acción social.

Finalmente, es preciso reconocer que la capacidad del agente está constituida por un proceso de reflexividad y control de sus acciones, en tanto que está configurado en un mundo que está estructurado simbólicamente y del cual no se puede desprender completamente.

### 2.1.3 Las prácticas sociales en un enclave turístico

---

*El sentido de las prácticas adquiere su pertenencia y relevancia cuando se verifica que tras ese conjunto de rituales prácticos existe un colectivo que sanciona, legitima esas prácticas. Legitimación que se opera*

*a través del acervo cognitivo y lingüístico disponible en una sociedad. Cada pequeña acción individual encuentra una interpretación social que provisoriamente puedan definirse como discursos cotidianos para nombrar la vida (Reguillo, 2000a:81).*

Este proyecto de investigación considera el turismo como práctica social, entendida como la actividad de los seres humanos que se realiza de manera recurrente sobre el medio en el que se desenvuelve, y que se comparte en una comunidad.

A la luz de lo propuesto por Reguillo (2000a), las prácticas, en este caso las turísticas, cobran mayor relevancia por el discurso impuesto y legitimado por el gobierno de México, que ha nombrado a Puerto Vallarta como un destino *gay friendly* o destino de turismo LGBT, permitiendo de manera legitimada que se lleven a cabo de manera regulada las prácticas turísticas que permiten la libre convivencia de sujetos de la comunidad LGBT+ y heterosexuales, en un territorio asignado.

En este sentido, “son las prácticas sociales regularizadas, sustentadas en encuentros dispersos por un espacio-tiempo que organizan los sistemas sociales” (Giddens, 2006:116), y en donde las prácticas turísticas que llevan a cabo los sujetos, han modificado las coordenadas espacio-temporales de un destino turístico, es decir, las actividades que realizan los turistas LGBT+ durante su estadía configuran espacios e imaginarios del entorno turístico enclavado en Puerto Vallarta, en conjunto con las demás prácticas que llevan a cabo los actores involucrados en tal fenómeno.

Se asume el enfoque de *constitución de la sociedad* a través de las prácticas sociales, en tanto acciones, discursos y relaciones que construyen el sentido social de la realidad a partir de un lugar situado e históricamente construido, en donde se han negociado anclajes histórico-culturales como el género, la preferencia y orientación sexual, la clase social, entre otros, donde también existen anclajes con respecto a la identidad (Reguillo, 1999).

La propuesta del anclaje-desanclaje de las subjetividades se construye desde lugares situados, históricamente formados y pre-jurídicamente analizados (Reguillo, 1999; 2015), por lo que interesa analizar cómo es que la subjetividad de los actores se ve influenciada y a la vez influencia la configuración tanto del espacio como del actor mismo, en una zona turística que ha retomado especial importancia por el tipo de turistas que recibe. Las prácticas turísticas de la comunidad LGBT+ han producido acciones, discursos y procesos de

negociación que les han permitido ser visualizados e incluso han logrado el reconocimiento de diferentes espacios como *LGBT friendly*. Si bien estos espacios no se caracterizan por tener una mayoría de habitantes o visitantes gays, son consistentes en su búsqueda por respetar la manera de actuar en determinados espacios establecidos, significados y legitimados por el poder de la estructura.

Para entender el proceso de organización y re-organización que prevalece en Puerto Vallarta, es necesario identificar las posiciones sociales de dominación y legitimación de los actores, pues es a través de esas posiciones sociales que se especifican las identidades en una red de relaciones que permitirán la aplicación de la “norma vigente”.

Aunque Puerto Vallarta, Jalisco es uno de los destinos turísticos en México que junto con Ciudad de México, Morelos, Guadalajara, Cancún, Riviera Maya, Veracruz y Oaxaca son reconocidos como *LGBT friendly*, se piensa que en cada destino las prácticas sociales tienen diferencias y pueden ser analizadas tomando los dos elementos que propone Abric (2001): a) las condiciones sociales, históricas y materiales en las que se realiza la práctica; es decir, cómo es que en el espacio turístico, las prácticas turísticas han cambiado por las condiciones socio-históricas y la infraestructura desarrollada; b) el modo de apropiación del espacio por parte del individuo o grupos de individuos. Para dicho proceso son determinantes los factores cognitivos, simbólicos y de representación, en este trabajo se hace una revisión etnográfica para entender cómo quienes visitan y reciben a los turistas han logrado apropiarse de determinados sitios o prácticas que les representan o simbolizan como colectivo.

A través de las prácticas se produce y reproduce lo social, en ellas es posible captar elementos de agencia y de orden estructural operando al mismo tiempo (Giddens, 2006), las prácticas turísticas no son la excepción:

Constituyen implicancias territoriales económicas, sociales y de modo de vida, desde otras perspectivas, las del mundo del ocio que se desplaza para conocer, sentir, vivenciar, para recorrer, ubicarse, por el valor simbólico del sitio que valoriza el espacio territorial... Se encuentra la posibilidad de ejercer prácticas sociales distintas a las tradicionales que constituyen el prelude de formidables transformaciones sociales y aportan ideas para identificar aspectos de su construcción en la apropiación y consolidación del territorio (Camaratta, 2006:354).

Desde el plano de la imagen, el imaginario y lo simbólico, el turismo puede ser considerado como una fiesta, fantasía o sueño, cuyas expectativas, llevan al turista a realizar actividades diferentes a las que tiene en su vida diaria (Camaratta, 2006), sin embargo, desde la teoría de la estructuración, las prácticas sociales toman un sentido más claro, pues con las mismas se producen y reproducen las estructuras que organizan las conductas de la comunidad LGBT+, realizando prácticas basadas en subjetividades individuales y colectivas, que a la vez configuran la subjetividad de los demás actores participantes en el turismo.

Cuando se habla de la práctica social del turismo, se podría pensar que es una práctica individualizada, insertada en un conjunto de relaciones sociales entrelazadas, entre visitantes, receptores (personas que viven en el destino), prestadores de servicios, agencias de gobierno, empresas y asociaciones civiles. Sin embargo, la interacción de todos los sujetos que tienen agencia es la que se vuelve problemática, pues, aunque los visitantes pueden estar por días, temporadas e incluso pueden estar re-visitando el lugar, los conceptos de inclusión y exclusión social aparecen dibujados en la escena diaria del territorio.

Las prácticas turísticas que se realizan en Puerto Vallarta son el resultado de cómo se vive el destino cuando interactúan turistas con receptores. Debe tomarse en cuenta que hay otras prácticas de actores como el gobierno o asociaciones civiles, cuya suma de capitales implícitos moldean en conjunto las prácticas de una zona turística gay de playa (Bourdieu,1976).

En este estudio se estudia cómo las prácticas sociales que se llevan a cabo en la zona romántica configuran el territorio vallartense y cómo esas prácticas configuran las subjetividades de los actores que intervienen o tienen influencia en el fenómeno turístico del lugar.

#### 2.1.4 El poder en las relaciones sociales en red: clases sociales y capitales en juego

Todas las sociedades han basado su crecimiento, desarrollo y progreso en diferentes formas de ordenamiento social, algunas basadas en el individualismo, en la comunidad, en grupos de intereses específicos en cada sociedad, sin embargo, todas esas formas de evolucionar o involucionar incluso, son el producto de una realidad social que es compleja y que por sus

características es viable de ser estudiada a través de las redes sociales que se establecen en cada contexto. En este estudio se asume que existe una red de relaciones sociales en Puerto Vallarta que permite explicar el proceso de configuración del espacio turístico *LGBT friendly* a través de las relaciones de poder que ahí se juegan y establecen.

El poder entendido como "la capacidad relacional que permite a un actor social influir de forma asimétrica en las decisiones de otros actores sociales de modo que se favorezca la voluntad, los intereses y los valores del actor que tiene en el poder" (Castells, 2009:33), es un elemento que dota de importancia a las relaciones sociales, pues a través de ellas y sus discursos, se pueden construir significados respecto de los espacios y las prácticas y roles de los actores permitidos en un destino turístico.

Aunque "las instituciones pueden mantener relaciones de poder que se basan en la dominación que ejercen sobre sus sujetos" (Castells, 2009), también se asume que esos sujetos con su capacidad de agencia y situados en posiciones distintas en la red poseen poder que pueden ejercer para modificar o habilitar el constreñimiento que causan dichas instituciones.

Esta investigación suscribe el análisis que Castells (2009) hace de Gramsci acerca del poder, pues Gramsci incluso ancla su análisis a la clase:

la violencia, o la amenaza de recurrir a ella, los discursos disciplinarios, la amenaza de implantar la disciplina, la institucionalización de las relaciones de poder como dominación reproducible y el proceso de legitimación por el que los valores y las reglas se aceptan por parte de los sujetos de referencia son elementos que interactúan en el proceso de producción y reproducción de las relaciones de poder en las prácticas sociales y en las formas organizativas (Castells, 2009:37).

Por lo que podemos decir que la sociedad como estructura social, surge de las relaciones de conflicto que se subsanan a través de acuerdos negociados entre los actores que intervienen en la toman de decisiones o que influyen en el ordenamiento social. Son esos mismos actores los que edifican las instituciones ordenadoras de la sociedad y que a su vez tienen la capacidad de agencia para participar y promover los cambios que consideren necesarios en la dinámica social para mover esa misma estructura (Giddens, 2006; Castells, 2009).

Para entender ese entramado de relaciones de poder en los campos económico, político y cultural que intervienen en el desarrollo y configuración de un espacio turístico que



plantea resistencias al orden social heteronormativo y dicotómico, se consideran los aportes de la teoría de redes sociales (Castells, 2009; Portes, 2013), en donde las redes son entendidas como:

...complejas estructuras de comunicación establecidas en torno a un conjunto de objetivos que garantizan, al mismo tiempo, unidad de propósitos y flexibilidad en su ejecución gracias a su capacidad para adaptarse al entorno operativo... programadas y... autoconfigurables. (Castells, 2009:46)

Las redes unidas con objetivos o relaciones en común, enlazadas por la comunicación, se pueden adaptar debido a su flexibilidad y capacidad de autoconfigurarse dependiendo de los contextos que se van suscitando. Es a través de las relaciones sociales en red que se puede observar la importancia de las relaciones de poder en la reconfiguración de la estructura social, a través de discursos que se internalizan y se difunden para incorporarse a la acción humana, usando al mismo tiempo el poder de la comunicación digital (facebook, twitter, aplicaciones de contacto social) para socializar y tratar de incidir en el orden social impuesto.

Para Bronfman (2000) existen ciertos factores que influyen significativamente en el grado de conectividad de una red; es decir, en que exista un mayor o menor nivel de intercambio de bienes y servicios entre los individuos que la componen, los cinco factores son:

- a) *Lazos económicos entre los miembros de la red.* La conectividad de la red tiende a aumentar considerablemente si los diferentes miembros que la componen pueden apoyarse en la búsqueda laboral. Si existen posibilidades de que la red misma provea de contactos para el desempeño de actividades laborales;
- b) *Tipo de vecindario.* El hecho de que la gente que compone la red viva en el mismo barrio es también un factor que favorece significativamente las relaciones de intercambio y de reciprocidad;
- c) *La oportunidad de establecer relaciones fuera de los límites de las redes existentes.* Las redes sociales fortalecen sus vínculos hacia el interior cuando existen pocas posibilidades de entablar nuevas relaciones con individuos ajenos a la red social original;
- d) *Movilidad espacial y movilidad social.* Cuando existen cambios tanto en el espacio físico como en la dimensión social, el grado de conectividad de la red disminuye. Los cambios de residencia y las transformaciones en el nivel social y económico favorecen el debilitamiento de los vínculos con la red social inicial y el fortalecimiento de nuevos lazos sociales, y;
- e) *Los rasgos de la personalidad.* Las características de personalidad de cada individuo que compone la red también tienen un efecto en el grado de conectividad de esta (Bronfman, 2000:151).

Adicionalmente, las redes en tanto relaciones de poder de la sociedad también sirven para posicionarse o imponerse y no sólo para comunicarse o generar vínculos de progreso con base en objetivos; en las redes se juegan relaciones sociales, políticas e incluso

económicas como se puede ver en el caso de la socioeconomía, donde el turismo juega un papel importante que configura redes y espacios.

El turismo como fue señalado previamente se ha convertido en la solución que permite resolver los problemas económicos para muchos países y México no es la excepción. A esta posibilidad se le atribuye en la economía contemporánea: a) la atracción de divisas por inversión en desarrollos turísticos, b) la recepción de turistas internacionales que generan una derrama económica generosa para México, y; c) la generación de empleos, entre otras propiedades.

México ha seguido casi al pie de la letra las recomendaciones del Consenso de Washington<sup>21</sup>, en cuanto al turismo, los lineamientos que le atañen son a) disciplina fiscal, a través de mayores ingresos de divisas; b) apertura a inversiones extranjeras directas; c) desregulación de mercados, al generar climas de negocios aceptables en los diferentes ámbitos del turismo. No obstante, el fracaso de dicho Consenso realizado por las élites en América Latina es evidente, y ha provocado una desigualdad entre los habitantes de los países latinoamericanos. De acuerdo con el premio nobel de economía (2001) Joseph Stiglitz:

Sólo hay consenso respecto de que el Consenso de Washington no brindó respuestas. Sus recetas no eran necesarias ni suficientes para un crecimiento exitoso, si bien cada una de sus políticas tuvo sentido para determinados países en determinados momentos... me refiero a la presentación excesivamente simplificada de las recomendaciones de los organismos financieros internacionales y del Tesoro de los Estados Unidos, especialmente durante el periodo de la década de los ochenta y principios de los noventa. Sean cuales fueren su contenido e intención originales, alrededor del mundo y en la mente de la mayoría de las personas, el término ha pasado a ser tomado como referencia de las estrategias de desarrollo centradas en las privatizaciones, la liberalización y la macroestabilidad (principalmente la estabilidad de precios); un conjunto de políticas predicadas en base a una gran fe (más fuerte de lo justificable) en los mercados libres de restricciones y encaminadas a reducir, incluso al mínimo, el rol del gobierno. Esa estrategia de desarrollo contrasta marcadamente con las exitosas estrategias implementadas en el este de Asia, en donde el Estado desarrollista asumió un papel activo. Si el Consenso de Washington tuvo sus frutos, aún no se ha gozado de ellos o por lo menos los ciudadanos promedio de muchos de los países aún no lo han hecho. (Stiglitz, 2005)

En términos de capitales económicos, la pregunta por la situación del turismo es: ¿cómo ha influido socioeconómicamente sobre los residentes y empresarios de la zona romántica de Puerto Vallarta la configuración de un destino turístico *gay friendly?*, en otras

---

<sup>21</sup> El Consenso de Washington establece diez políticas internacionales que se deberían seguir para mantener el crecimiento y pertenecer al grupo de los países desarrollados, comúnmente se le asocia con la doctrina *neoliberalista*.

palabras, ¿cómo se han visto beneficiados o perjudicados estos actores con relación a la derrama económica que generan los turistas?

En el marco de la configuración de un destino turístico, en el cual se genera una derrama económica importante derivada de las actividades que ahí se practican, resulta importante caracterizar las relaciones sociales que se establecen, pues a través de ellas se puede acceder a cierto tipo de capitales, como el económico, cultural, simbólico y social. En este sentido, se pretende identificar si se transfieren los capitales económicos y sociales en esta red de relaciones.

Además, bajo el esquema propuesto por Solís (2012), en este estudio se categorizan las *clases sociales* con base en la *movilidad social*, analizando las profesiones de los actores, la movilidad de ingresos y la desigualdad que se suscita entre ellos como consecuencia de sus orígenes sociales (Solís, 2012). Esto permite conocer de qué forma el fenómeno del turismo en un espacio determinado les ha permitido o no a los actores posicionarse y movilizarse socialmente.

La propuesta de análisis de *clase social* se pretende hacer con base en la *situación de clase y la movilidad social*, en este sentido, las clases sociales se estructurarían y analizarían en las redes sociales, tomando en cuenta que las clases:

...se definen por las relaciones que existen entre ellas... las jerarquías de estatus son una manifestación de la clase; se definen en función de su diferente capacidad para acceder al poder dentro de un sistema social dado y; la posición de clase se transmite entre generaciones (Portes, 2013:117).

Analizar las redes sociales con base en la propuesta de clases sociales, permitirá entender si en realidad, la derrama económica generada por el turismo permea a todos los actores involucrados y en qué forma, o si los beneficios quedan en una clase social específica derivado del poder que se ejerce en las relaciones sociales establecidas en el destino turístico.

En la sociología moderna, Portes acude al concepto del capital, tal y como lo retoma Bourdieu, para entender las relaciones de poder. Con base en el modelo de Portes, se busca explicar los fenómenos económicos a partir de las clases sociales, las instituciones sociales y el capital social como fuente de control social; de beneficios obtenidos del apoyo familiar, y de recursos a través de redes extrafamiliares (Portes, 2013:62).

Para Bourdieu (1984:34) "el sentido de la posición ocupada en el espacio social es la matriz práctica de la estructura social en su conjunto, que se revela a través del sentido de la posición ocupada en su estructura". Ante lo anterior surgen interrogantes sobre la estructura de las clases en el destino turístico y su rol en la conformación del espacio como destino turístico *LGBT friendly*. ¿Qué clases sociales y con qué capitales se juegan la economía del destino? En síntesis, se pretende explicar el fenómeno socioeconómico que ocurre en el espacio turístico *LGBT friendly*, con base en la propuesta de sus capitales en las relaciones de poder.

## 2.2 Marco Metodológico

---

### 2.2.1 Metodología de investigación

---

El diseño de la metodología está enmarcado bajo el paradigma del constructivismo cuyos supuestos básicos son:

a) el conocimiento depende de nuestros sentidos; b) conceptos, esquemas lógicos, y; c) lenguaje e instrumentos, se alinean con el método etnográfico, además, se entiende que bajo este paradigma no existe una, sino múltiples realidades, y éstas son socialmente construidas a través de la interacción social (Ariza y Velasco, 2012:18).

La metodología se entiende como el conjunto de métodos a través de los cuales es posible aprehender realidades, buscando dar respuesta a las preguntas planteadas en la investigación. Diesing (1972) define los métodos como "pautas de descubrimiento" que éste interpreta como "métodos o modos de procedimiento (que) son una serie de pasos que el investigador sigue en el proceso de producir una contribución al conocimiento" (Diesing, 1972:14).

Es en este sentido que se presenta el marco metodológico que permite dar respuesta a la pregunta de investigación rectora de esta investigación:

*¿Cómo las prácticas sociales y las relaciones que existen entre los actores que participan en el fenómeno social del turismo configuran actualmente un espacio turístico LGBT friendly en Puerto Vallarta?*

sosteniendo la hipótesis de trabajo:

La configuración de espacios turísticos *LGBT friendly* está determinada por las prácticas afectivas, amorosas y sexuales y turísticas, (entendidas como prácticas sociales) que realizan los sujetos LGBT+ y que se encuentran legitimadas por las relaciones de poder (culturales, económicas y políticas) que mantienen diversos actores (turistas, residentes, asociaciones civiles y gobierno).

Para dar respuesta a la pregunta de investigación rectora, se decidió que el método mixto era el más adecuado en esta investigación, aunque cabe resaltar que la investigación cualitativa es la que más prevalece y que fue complementada con datos y análisis cuantitativo. Más allá de la complementariedad que el método cualitativo y cuantitativo puedan tener (Tashakkori & Teddlie, 1998; Cortés et al., 1998), resulta conveniente el uso mixto dado que el método cuantitativo tiene técnicas que permiten acercarse a la explicación de la realidad a través de la construcción y análisis de datos numéricos, mientras que el método cualitativo tiene explicaciones que generan conocimiento no considerado previamente por la teoría, en otras palabras, otra(s) forma (s) de explicar las realidades complejas captando y (re)construyendo su significado.

Se considera que la propuesta de Tashakkori y Teddlie (1998) referente a los estudios de modelos mixtos fue compatible con esta investigación ya que se maximizaron ciertas fases de la investigación en el campo. Tal como lo proponen Tashakkori y Teddlie (1998:19) algunas de las formas en que se podría hacer uso de la metodología mixta es en la "...recolección de datos en la etnografía con preguntas cerradas y respuestas numéricas... análisis de datos con base en la escala de Likert, así como el uso de análisis de datos comparativos para analizar las respuestas de las narraciones...". En esta investigación primero se trabaja el análisis cualitativo de la etnografía en la zona romántica y Amapas de Puerto Vallarta, con la cual se busca dar respuesta a las preguntas secundarias de investigación:

1. ¿Cómo se ha construido socio-históricamente la zona romántica de Puerto Vallarta como destino *LGBT friendly*?
2. ¿En qué forma participan los diferentes actores involucrados en la configuración del espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta?

3. ¿Cómo las prácticas amorosas, afectivas, sexuales y turísticas de los residentes y turistas LGBT+ configuran un espacio?
4. ¿Cuáles son las relaciones de poder (económicas, políticas y sociales) que configuran un destino de este tipo?

Se considera importante y clave cruzar con datos cuantitativos económicos los datos construidos desde el método etnográfico, para fortalecer algunos argumentos de índole relacional en tanto a relaciones de poder y prácticas sociales del destino; en el caso económico a través de datos que den cuenta de la oferta y venta promedio (noches/precio noche) de hoteles LGBT y *LGBT friendly*; empleos que se generan de manera directa y por ende, los ingresos y prestaciones que tienen los empleados en un destino turístico de esta naturaleza.

En la propuesta de Cortés et al (1998) se considera que el análisis cuantitativo brinda un marco general para el análisis a profundidad de las relaciones causales de las realidades investigadas y que, con el análisis cualitativo se puede obtener conocimiento para refinar los modelos cuantitativos. En este proyecto de investigación la situación es inversa, el método cualitativo a través de la etnografía brinda el marco para explicar la(s) realidad(es) que se están estudiando, al permitir dar cuenta a través de las narrativas de los actores, de la observación participante y la investigación documental in situ, cómo es que se piensa y construye un espacio turístico conformado para y por una comunidad LGBT+, recientemente visibilizada por el gobierno federal en tanto a turistas, y que ha sido incluida y excluida en los destinos turísticos y, cómo es que se están modificando las relaciones sociales en la vida cotidiana que no se limitan a lo establecido en el orden socio sexual defendido en el orden heteronormativo.

El análisis cuantitativo está planteado para dar cuenta de las relaciones culturales, económicas y políticas que configuran el espacio turístico como *LGBT friendly*, es decir, se realiza a través del modelo de red social y a través del generado por el capital económico, cultural, político y social que ostentan los actores en la zona romántica y de Amapas en Puerto Vallarta. El análisis cuantitativo se construye con base en la clasificación ofrecida por Solís

(2012) y Portes (2013) en cuanto clases sociales y capital social, así como por las relaciones laborales encontradas en el espacio turístico.

En el caso de la red social que se analiza, se tomaron como base dos elementos: una población de actores (turistas, residentes, empresarios, asociaciones y gobierno) y una relación medible (a través de sus contactos o líneas de acción). La forma en que se representa la red social es a través de gráficas y matrices como estructuras básicas de información. En las gráficas los actores se focalizan en nodos, mientras que sus relaciones se representan con líneas de dirección, arcos y aristas. Las gráficas tienen tres funciones en tanto a modelos de redes sociales: 1) servir de modelo representativo de la red; 2) mostrar propiedades espaciales de la red, y, 3) aplicar conceptos de la teoría de gráficas para formalizar dichas propiedades (Faust, 2002:5). La primera forma de análisis de las redes sociales es a través de los lazos o nexos entre las entidades (individuos o instituciones), identificando y analizando los vínculos que se generan para alcanzar un fin, caracterizando cuáles relaciones son más fuertes, en tanto a capitales, que permiten tener un papel más sólido en la configuración del espacio turístico *LGBT friendly*. De acuerdo con Faust:

Los actores con más conexiones o posicionados en más caminos tendrán mayores posibilidades de obtener más y mejores recursos a menor costo, además habrá actores que tendrán el potencial de interrumpir, controlar o distorsionar el flujo de recursos entre los demás actores (Faust, 2002:8).

Otro análisis de las redes sociales se localiza en el rol de los lazos; en términos de Faust:

Para identificar posiciones en una red social hay que encontrar aquellos subconjuntos de actores que tienen patrones de lazos similares (ya que) están sujetos a constreñimientos estructurales similares. Bajo este enfoque, los roles formales que se identifican son lazos de autoridad, deferencia, dominancia y deber (Faust, 2002:9).

De tal forma que los roles sociales al convertirse en interacción (relación social) tienen ciertas características entre los actores, es decir posiciones que les permitirán, o no, interactuar o actuar de determinada forma, lo que posibilita visibilizar en este estudio la influencia de las propiedades de la red sobre sus miembros y caracterizar los efectos de poder que surgen de dichas relaciones.

Las propiedades en las relaciones (de los actores) son usadas como variables independientes para predecir los resultados no relacionales y como variables dependientes a ser pronosticadas, o como ambas... lo que permitirá explicar la red social a través del comportamiento de los actores (Faust, 2002:11).

El método de análisis de redes sociales es matemático y está basado en el hipercubo, que puede ser representado de varias maneras: como secuencias binarias y, de forma equivalente, como productos cartesianos (Hage y Harary, 2002) y su análisis se puede usar para determinar las relaciones entre entidades: personas (nombres, correos electrónicos, alias), grupos de personas (relaciones sociales), organizaciones, sitios web entre otros. En este proyecto se usa para codificar las relaciones sociales entre los actores del espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta.

El método cualitativo es complementado con el método cuantitativo, a través de la revisión, construcción y análisis de datos socioeconómicos como derrama económica (obtenida a través de inferencias de estudios de investigación) y cálculo de empleos generados a través de información brindada por el sector empresarial en la zona, así como los capitales (económicos, políticos y sociales) con los que cuentan los actores involucrados, a través de este método se profundiza en el análisis de las relaciones socioeconómicas establecidas en el destino turístico en tanto a tendencias de atención de este segmento especializado del turismo y se contrasta con las interpretaciones obtenidas a través de las técnicas de orden cualitativo: a) narraciones derivadas de entrevistas y conversaciones, b) observación y, c) revisión documental de material impreso *in situ* (revistas de circulación local, periódicos y sitios web de la localidad vallartense).

De acuerdo a Restrepo (2016) la etnografía además de acudir a la observación participante, incluye entrevistas, análisis de documentos e incluso puede incorporar técnicas de investigación cuantitativa, tal cual se propone en esta investigación.

A través de esta perspectiva híbrida pueden abordarse fenómenos complejos como la configuración de espacios turísticos, lo cual implicó revisar las prácticas sociales desde los actores que participan en el fenómeno, sus elementos de agencia y la estructura en el destino turístico, así como las relaciones de poder (culturales, económicas y políticas) colocadas en procesos de disputa por el orden social que son atravesadas por las relaciones de poder.

La duración del trabajo de campo se había pensado en tres meses de estadía durante el quinto semestre del doctorado (agosto-noviembre 2017) que se sumarían a las diversas visitas realizadas de manera quincenal o mensual durante los cuatro años del doctorado



(2015-2019), sin embargo, el investigador decidió vivir la experiencia etnográfica con un periodo de tiempo más largo (dos años residiendo en Puerto Vallarta y dos años con visitas exploratorias) que incluyó la redacción del documento etnográfico *in situ*, con la finalidad de obtener mayor profundidad y mayor capacidad para relacionar distintos datos construidos durante la experiencia etnográfica y que pudieran parecer inconexos (Restrepo, 2016).

Los conceptos clave a lo largo de todo el proceso de investigación que se analizan son espacio, prácticas sociales (afectivas, amorosas, sexuales y turísticas), actores sociales: turistas (heterosexuales, lesbianas, gays, bisexuales, transexuales), residentes (nacionales y extranjeros); empresarios (formales e informales), asociaciones civiles y gobierno (municipal, estatal y federal). La caracterización de los actores fue realizada durante el trabajo de campo y se presenta en este documento en la sección del trabajo de campo.

Se tomó la decisión de acudir a las cuatro tendencias para la investigación social empírica, propuestas en la "agenda oculta de la modernidad" de Toulmin, citado en Flick (2007):

1) la vuelta a lo oral, basándose en las narraciones, el lenguaje y la comunicación, casos concretos de esta investigación, en donde se pretende que los actores con base en una entrevista etnográfica narren su participación y la forma en la que ellos conciben y forman parte de la configuración del espacio *LGBT friendly*, es decir, a través de su narrativa se pretende acudir a sus subjetividades y entrar en un proceso de intersubjetivación que permita dar cuenta en qué forma se está construyendo dicho espacio. Otro recurso al que se recurre son las conversaciones etnográficas sostenidas *in situ* y registradas en el diario de campo.

2) la vuelta a lo particular, que en este proyecto de investigación se enmarca en la problemática de orden socio-sexual, entender cómo es que está, o no, configurándose un nuevo orden social;

3) la vuelta a lo local, en donde se puede analizar las experiencias, las subjetividades, las prácticas en el contexto cultural en el que se (re)producen; es decir, a través de la observación participante y las entrevistas se pretende dar cuenta de lo que ocurre en la zona romántica de Puerto Vallarta en tanto a espacio turístico *gay friendly* que ha dado paso a lo *LGBT friendly*, y finalmente;

4) la vuelta a lo oportuno, lo que permite poner en un contexto temporal (actualidad) y revisar el contexto histórico del problema de investigación y explicarlo a partir de ambos.

En el trabajo de campo realizado la *etnografía* es el principal método de investigación, entendida como la forma de aprender y aprehender el modo de vida de una sociedad estudiada durante un largo periodo de tiempo, considerando que la observación y el registro que se hizo de las entrevistas en el destino turístico se hizo en forma minuciosa; se usaron instrumentos audiovisuales como cámara fotográfica y de video del teléfono celular y un instrumento de aviación no tripulado (dron), lo cual permitió un registro audiovisual del proceso de producción del dato a partir de las prácticas encontradas en el espacio que se configura. El dron permitió obtener una cartografía aérea para identificar el espacio geográfico y sus diferencias socio espaciales (prácticas sociales, tipos de vivienda y relaciones sociales) desde una perspectiva visual que no otorga una cámara fotográfica o un mapa satelital, lo cual permitió documentar el crecimiento urbano y la gentrificación que se está experimentando en la zona.

Flick (2007) sostiene que el enfoque etnográfico es caracterizado porque afirma que las prácticas son accesibles sólo mediante observación, y que las entrevistas y narraciones hacen abordables los relatos de las prácticas en lugar de las prácticas mismas. Desde este enfoque, al "meter los pies en el barro y dejar la comodidad de la oficina y las elucubraciones del ensayo... se ofrecen medios inmejorables (para producir conocimiento) ... aun bajo la prevaleciente pero engañosa imagen de que todos pertenecemos al mismo mundo de una misma manera" (Guber, 2015: 22).

La etnografía tiene algunas ventajas con respecto a otros métodos: "puede usarse en cualquier fase del proceso de investigación social; genera descripciones que son valiosas por sí mismas; facilita el proceso de elaboración teórica y, la diversidad de las fuentes de datos permite una triangulación que puede permitir una comprobación y validación" (Hammersley y Atkinson, 2001:256).

Las técnicas que se utilizaron en el trabajo etnográfico se describen a continuación: *observación*, entendida como la "destreza de la vida cotidiana que se sistematiza metodológicamente y aplica en la investigación cualitativa" (Flick, 2007:149), cabe hacer

mención que no sólo se puede llevar a cabo a través de la percepción visual, también se puede considerar la audición, olfato y el tacto para poder observar, en el caso concreto de este proyecto de investigación se usaron técnicas audiovisuales para alcanzar el objetivo de observar; en este proyecto la observación participante fue crucial dado que es "una estrategia de campo que combina simultáneamente el análisis de documentos, la entrevista a respondientes e informantes, la participación directa y la observación, y la introspección" (Flick, 2007:154).

La idea de observar participando fue meterse de lleno al campo, observando como miembro de la comunidad, pero influyendo el proceso de concreción de las preguntas de investigación (rectora y subsidiarias); con base en Flick (2007), se ha llevado a cabo en la zona romántica y de Amapas la observación en tres etapas:

1) *observación descriptiva*, la cual se ha realizado para identificar y conocer a los actores que participan en la configuración del espacio, así como "hacerme local"<sup>22</sup> en la zona romántica de Vallarta, para poder generar confianza y acceder a aspectos más detallados de las prácticas sociales llevadas a cabo en el territorio.

2) *observación localizada*, a través de la cual se entró y conoció las relaciones en red y prácticas sociales de los actores, es decir, está más enfocada en la pregunta rectora de investigación: ¿cómo esas prácticas y relaciones de poder configuran el espacio turístico?

2) *observación selectiva*, la cual se ha realizado en lugares concretos, como el cruce del río Cuale para revisar el límite geográfico de la zona LGBT+, así como lugares específicos de prácticas socio-sexuales como saunas, fiestas en albercas (algunas con ropa opcional), bares, playa, entre otros.

La técnica usada para registrar los datos encontrados a través de la observación participante han sido las notas de campo (diario de campo) y el registro fotográfico y de material impreso (revistas de esparcimiento), como lo sugiere Sánchez (2011), en algunos momentos se toman notas con el celular con el fin de no llamar la atención y posteriormente

---

<sup>22</sup> El ser parte de la comunidad o "local" fue un trabajo que se dificultó debido a las relaciones de poder entre los diferentes actores, la forma en la que se pudo acceder al sentir de la comunidad fue a través de los vecinos de la zona y de la participación del investigador en un grupo de empresarios que participan en favor de la comunidad LGBT en Puerto Vallarta.

se pasaron al diario de campo que se llevó en formato electrónico.

Las notas de campo se procesaron en Word, en un diario de campo digital, el cual se estructuró con base en algunos elementos que ayudaron a una mejor aprehensión del espacio, las prácticas y las relaciones estudiadas, las siglas **ETAPE** serían el acrónimo de lo que he denominado como **Espacio**: mobiliario, condiciones, objetos, lugar, clima. **Tiempo**: segmento temporal, secuencia(s), lapsos temporal y horas de arribo (flujos). **Actividades**: número de personas que las realizan, división de tareas, mando/poder, ritmo, duración y habitualidad de personas en el lugar. **Personas**: sexo, edad, vestimenta, nacionalidad, ocupación, vínculos, actitudes. **Emociones**: felicidad, tristeza, enojo.

Las notas de campo se fecharon el día registrado y en algunas ocasiones se marcó la hora para revisar si existían diferencias en las actividades registradas; son tituladas, contextualizadas, y se usan comillas para referirse a lo dicho por los informantes, aunque la información pudiera no ser textual (se intenta el registro textual *de memoria* cuando no se tiene acceso a grabación de entrevistas); se utilizan seudónimos si es necesario por privacidad de cada informante<sup>23</sup>. Los comentarios que se realizaron como investigador (emociones y motivaciones de las personas observadas) fueron identificados para acudir al proceso de reflexividad en el análisis, los cuales fueron registrados en algunas notas de campo.

Incorporado a las notas de campo, se encuentra la descripción del espacio físico, las actividades relacionadas entre sí que la gente lleva a cabo y, las metas que la gente intenta cumplir (Hammersley y Atkinson, 2001:173).

Cabe hacer mención que la observación participante se planteó con el objetivo de acudir e interactuar en actividades que se realicen en espacios y tiempos determinados durante al menos tres días a la semana. Se realizaron principalmente en tres diferentes horarios (aproximadamente 7am, 3pm y 10 pm) con duración de una hora (al menos), en las siguientes áreas de la zona romántica (Colonia Emiliano Zapata y Amapas):

- a) Playa Los Muertos (incluyendo su límite (in)visible de turistas LGBT+).

---

<sup>23</sup> Siempre se le preguntó al informante si deseaba que se dejara su nombre real en la investigación o si prefería que se le pusiera algún seudónimo con fines de privacidad.

- b) Cruce de calles principales (Lázaro Cárdenas e Ignacio L. Vallarta, desde el bar *Flamingo* o en alguna de las otras esquinas).
- c) Los tres puentes del río Cuale (malecón, Ignacio L. Vallarta y V. Carranza).
- d) Plaza Lázaro Cárdenas frente escuela primaria.
- e) Calle Amapas y Rodolfo Gómez (calles de bares y centros de masaje).
- f) Eventos especiales: espectáculos culturales, limpiezas de playa, eventos sociales organizados por las diferentes organizaciones.

Se tomaron fotos, videos y notas referentes a: a) personas que transitan (hombres, mujeres, familias, niños, etc.); b) forma en la que visten para poder tratar de diferenciar entre turistas/locales; c) actividades que realizan las personas que están en el área; d) emociones detectadas audiovisualmente; f) el clima y su efecto en las personas.

De lo planteado en las guías de observación, se agrega que en diferentes horarios se frecuentaron eventos sociales, culturales e incluso se acudió a diversas reuniones de trabajo con asociaciones que participan en la configuración de Puerto Vallarta como destino turístico *LGBT friendly*.

Aunado a la observación, se realizaron entrevistas etnográficas, que como Hammersley y Atkinson (2001) enfatizan, no difieren de las "entrevistas de cuestionarios" en tanto a su estructuración (estructurada o semi-estructurada), sino que son entrevistas reflexivas en comparación con las otras que son estandarizadas. En este caso se entra con una serie de temas a tratar relacionados con el problema de investigación, aunque la aproximación puede ser directa o indirecta, no existiendo una única manera de preguntar. Aunado a lo anterior, en las entrevistas etnográficas la información se combina con otra, procedente de otras fuentes (Hammersley y Atkinson, 2001;132).

El proceso de muestreo en este estudio tiene como base la propuesta realizada por Ruiz e Ispizúa (2011): a) *opinático*, a través del cual se identifican grupos y personas que se reconocen como detentores de información, sujetos centrales dentro de la estructura social; b) *estratégico*, la ubicación de protagonistas, que son principales en el lugar estudiado ; c) *embudo*, aproximación progresiva a los focos de interés, y ; d) *accidental*, al encontrar de

manera espontánea contextos o informantes relevantes en la investigación (Ruiz e Ispizúa, 2001:116). Así que se determinó que se trabajaría con tres sujetos diferentes por cada actor que fue definido en el trabajo de campo: Turistas, Residentes, Empresarios, Asociaciones Civiles y Gobierno.

Para realizar las entrevistas etnográficas, se optó por el muestreo teórico, "¿quién, cuándo y cómo? se decidirá conforme la investigación se desarrolle y de acuerdo al estado de conocimientos que posea el investigador" (Hammersley y Atkinson, 2001;132).

La etnografía llevada a cabo con base en observación y entrevistas permite atender "*la reflexividad fundamental*: el hecho de que formamos parte del mundo social que estudiamos y que dependemos del conocimiento basado en el sentido común" (Hammersley y Atkinson, 2001:36), el proceso de análisis de la etnografía comienza en la etapa previa al trabajo de campo y recorre el camino hasta la redacción del texto final, aunque

formalmente, empieza tomar forma mediante notas y apuntes analíticos; informalmente, está incorporado a las ideas, intuiciones y conceptos emergentes del etnógrafo... el análisis de la información es paralelo al diseño de investigación, idea central de la "teorización enraizada": la recopilación de información está estratégicamente orientada por el desarrollo teórico (Hammersley y Atkinson, 2001;190).

Durante el proceso de análisis, Hammersley y Atkinson (2001) recomiendan: 1) generar conceptos; 2) desarrollar tipologías; 3) revisar y tomar en cuenta el contexto social; 4) analizar el contexto temporal, no sólo los acontecimientos que suceden antes y después de las acciones que se están estudiando sino también la estructura temporal en función de la cual los actores localizan estos acontecimientos; 5) la identidad y posición social de los actores y, 6) la validación solicitada como forma de triangulación.

Finalmente, decidir que la etnografía fuera el método principal para vincularse al problema de investigación también permitió desarrollar el proceso de teorización en conjunto con el de investigación, es decir, con base en la observación realizada se han propuesto conceptos o explicaciones de la realidad estudiada en campo, tomando en cuenta el secreto propuesto por Guber (2015): "mantener un delicado equilibrio entre observar y participar" al acudir con los miembros de la comunidad vallartense y turística en las diferentes actividades sociales tan diferentes como compartir una comida y presenciar prácticas sexuales.

### 2.2.2 Enmarque ético de la investigación

---

En esta investigación se estudia la forma en la que los sujetos (actores) practican un espacio turístico *LGBT friendly*, así como los sentidos que tienen para ellos aquello que practican y el territorio que habitan, cómo disfrutan en su paso por el mismo hasta incluso llegar a apropiárselo simbólicamente. Se estudian los procesos socioculturales que los sujetos de análisis construyen con base en prácticas y discursos que están sedimentados pero que también son sujetos de cambios, tratando de explorar sus motivaciones, subjetividades (imaginarios) y la representación que hace que ellos mismos se configuren en el lugar estudiado de acuerdo a sus prácticas y relaciones sostenidas.

Con base en lo anterior, es que se piensa que la ética es parte crucial de esta investigación, ya que se guarda la confidencialidad de los actores que participaron en las entrevistas y/o observación, por lo que se les denomina en el estudio con un pseudónimo y en caso de que resulte relevante dejar constancia clara de algún actor en particular, se pidió autorización de consentimiento para publicar su nombre o el de la institución que representa.

El investigador de esta tesis está consciente de su papel dentro de la etnografía, por lo que decidió alejarse de lo que Restrepo (2016) ha denominado como el etnógrafo-indiferente (con su conocimiento florero) y del etnógrafo asaltante (con su estilo extractivista), es decir, desde luego que el interés del investigador tiene como base una problemática social cuyos resultados analizados y concluidos serán "devueltos" a la comunidad que participó en el estudio, particularmente a los actores gobierno y asociaciones.

En suma, a lo mencionado, se solicitó el permiso para realizar la investigación etnográfica con las personas o grupos de estudio (organizaciones, gobierno, turistas, comunidad receptora, en general con los actores involucrados) para transparentar el estudio. Además, se pidió el consentimiento para grabar las entrevistas o reuniones que se sostuvieron con los actores del espacio turístico, así como de las fotografías que se realizaron con ellos. No se pidió autorización para realizar fotografías o videos cuando lo videograbado o fotografiado fue en acontecimientos públicos.

Otras dos consideraciones éticas para el trabajo de campo etnográfico fueron: no generar falsas expectativas en cuanto a resultados o beneficios de la investigación para la

comunidad LGBT y la comunidad local u otro actor relacionado con el espacio turístico gay *friendly* y, respetar los ritmos y cotidianidad de las personas para no violentar o ser inoportuno en el desarrollo de sus prácticas (Restrepo, 2016:9).

Finalmente, lo que se ha tratado de explicar y generar compromiso en este apartado es que como etnógrafo-comprometido, se apela a la transparencia, respeto, relevancia y consideración con las personas con las que se realizó la práctica etnográfica (Restrepo, 2016).

### **Capítulo 3. El turismo *LGBT friendly* en Puerto Vallarta: una mirada socio-histórica e institucional**

---

En este capítulo se coloca al turismo *LGBT friendly* como una práctica social en el contexto mexicano. Describe el paisaje del turismo en el mundo, en México y en particular en Puerto Vallarta, haciendo énfasis en la construcción del turismo *LGBT friendly*.

Este capítulo está constituido en dos secciones, la sección 3.1 sitúa el paisaje del turismo desde su origen hasta llegar al turismo *LGBT friendly* en la actualidad y, comprende los siguientes apartados: 3.1.1 De los viajes por ocio en la antigüedad al turismo LGBT en el contexto actual; 3.1.2 Conceptualización del turismo; 3.1.3 Organizaciones en el turismo; 3.1.4. Enfoques de estudio en el turismo; 3.1.5 Categorización del turismo como práctica social; 3.1.6 Turismo *LGBT friendly*: construcción de la práctica social desde la sexualidad y la orientación sexual. La sección 3.2 coloca la construcción socio-histórica e institucional del turismo *LGBT friendly* en Puerto Vallarta, e incluye los siguientes apartados: 3.2.1 Puerto Vallarta, Jalisco: de pueblo minero a ciudad turística, transformaciones sociales en más de cien años; 3.2.2 Puerto Vallarta: cuna del turismo gay en México.

#### **3.1 Del turismo al turismo *LGBT friendly***

---

##### **3.1.1 De los viajes por ocio en la antigüedad al turismo LGBT**

---

Mucho se ha debatido e incluso se sigue debatiendo acerca del inicio del turismo como práctica social en la vida cotidiana del hombre, ¿qué es?, ¿quién lo acuña o inventa la práctica?, ¿cuáles son sus orígenes? e incluso se hace alusión a los tipos de turismo o



clasificaciones que existen en el mundo. Sin embargo, llegar al concepto de turismo plantea la necesidad de conocer su origen como práctica social, su conceptualización, la forma en que se ha dividido para su estudio o atención, e incluso las implicaciones que el mismo plantea. A través este sub-apartado se dará cuenta de cómo ha sido visto el turismo desde su surgimiento hasta la actualidad, así como las formas en las que la práctica social se ha abordado para su estudio.

### **El origen del turismo**

Se han establecido diferentes debates en conferencias, congresos y diversas comunidades académicas para tratar de definir el origen del turismo, lo que implica y lo que no. Preguntas como: ¿es lo mismo los viajes que realizaban los griegos, romanos o colonizadores que el turismo actual?, ¿a esos viajes se les puede llamar turismo?, ¿es lo mismo un viaje que turismo? A continuación, se presenta un recorrido histórico referente al nacimiento del turismo y su evolución.

El turismo no tiene una fecha exacta de haber sido definido como tal; desde inicio del siglo XX autores como Bormann (1931) destacaron que había diferencias entre los viajes realizados de manera común y aquellos con características especiales, resaltando la carencia de vivienda permanente y que por lo tanto requerían una transitoria.

Cabe hacer la pregunta: ¿cuándo inicia el turismo? y, aunque no existe una sola respuesta a la pregunta, autores como Jiménez (1986) y Korstanje (2007), asienten en formular una diferencia entre viaje (movimiento que implica desplazarse de un lugar a otro) y turismo (comercialización de los desplazamientos), de hecho, sostienen que si bien hay una influencia de los antiguos respecto a los viajes, esto no puede ser considerado turismo, ya que en el caso de los griegos (siglos V y IV. A.C.), el ocio era una actividad para los aristócratas y nunca para los esclavos; para los romanos (siglo II A.C.) fue un caso similar y aunque ya se instalaban villas para salir en verano, la actividad era propia de los nobles (Jiménez,1986; Korstanje, 2007). Korstanje afirma que:

Caído el imperio y suscitada la edad media, el renacimiento (s. XV hasta XVII) traería consigo el concepto del viaje humanista, ya para finales del siglo XVII los reinos intentan fomentar la cultura de

sus herederos mediante la adquisición de costumbres y modales de otros pueblos... es así, que el viaje comienza a ser tomado como fuente de conocimiento por una monarquía amenazada; surge el Grand Tour (Inglaterra – Francia – Italia – Alemania y Países Bajos). Gradualmente, esta costumbre va siendo practicada por la baja nobleza y fuera de ella por la burguesía (Korstanje, 2006, pp. 6 y 7).

Durante el siglo XVII se realizaban viajes con fines educativos, los integrantes de las monarquías y la nobleza se desplazaban a otros reinos con el fin de obtener conocimientos y culturas que les permitiera ejercer sus funciones propiamente.

Se considera que es hasta 1841 que aparece el primer servicio de turismo organizado por Thomas Cook, quien es considerado "padre del turismo", y quien instauraría los primeros viajes organizados para grupos selectos y lograría combinar los viajes con el placer, aunque como se puede observar, los viajes por placer aun seguían siendo para una cantidad limitada de personas en el mundo.

De acuerdo con Korstanje (2007), el turismo "masivo" inicia en las primeras décadas del siglo XX, con el acuerdo laboral en Francia en 1900 respecto a la jornada laboral de 10 horas y, posteriormente en 1936 con el derecho legal del reconocimiento de las vacaciones pagadas, es que se generaliza un mayor tiempo libre combinado con el acceso a recursos económicos (ya que se pagaban las vacaciones). Esto daba paso a que el turismo fuera un fenómeno más popular en la sociedad europea. Cabe hacer mención que en Latinoamérica durante esas décadas se fraguaban revoluciones que buscaban conquistar estos derechos civiles (horas laborables, vacaciones pagadas, etc.).

Los viajes por placer fueron frenados en el mundo por el surgimiento de la primera y la segunda guerra mundial, sin embargo, después de 1945 con el fin de la segunda guerra mundial y el regreso a la producción, el sistema capitalista retomó actividades que permitirían reintegrar trabajadores a las industrias y consecuentemente tendrían tiempo (pagado) para vacacionar o en casos menos favorables, tiempo para poder realizar viajes cuyo objetivo sería el placer o entretenimiento.

Urry (2012) y Marín (2015) sostienen que el turismo nace con el capitalismo y con el crecimiento y expansión de la industrialización que dan paso a la división del tiempo dedicado al trabajo o al ocio, lo que permitiría crear una industria que produce, organiza el viaje y sus itinerarios de forma mercantilizada y para una mayor cantidad de personas.

El reconocido investigador mexicano en turismo Sergio Molina (2006), acuña una

división del origen del turismo y propone tres etapas diferenciadas en: 1) Preturismo: considerado durante el siglo XVII y XVIII, originado con fines de educación, relaciones diplomáticas y de negocios en ciudades como París, Madrid, Roma y Londres; 2) Turismo industrial: a) Temprano, que abarca el periodo de inicios del siglo XIX y se extiende hasta inicios de la segunda guerra mundial y se caracteriza por la aparición de los primeros hoteles de la ciudad y surgimiento de destinos turísticos latinoamericanos; b) Maduro, considerado de principio de los años 40 del siglo pasado a inicios de los años ochenta del mismo siglo, cuya caracterización fue el auge de los destinos turísticos de sol y playa; c) Posindustrial, que inicia a mediados de los años 80 y su línea de quiebre representaría el final del siglo XX, se caracteriza por la aparición de nuevas tendencias en el turismo y la consideración de una nueva cultura turística que considera a diversos actores, como los turistas, los receptores o prestadores de servicios y los gobiernos y, finalmente; 3) Postturismo, que se constituiría a partir de inicios de siglo XXI, y en el cual se considera que la práctica social está formando un nuevo paradigma, con nuevos productos competitivos de diferentes segmentos que son alcanzados por las redes informáticas y digitales para procesar y distribuir información (Molina, 2006).

Aunque se hablan de diferentes inicios o etapas, lo cierto es, que con la creación de medios de transporte más eficientes y modernos como el ferrocarril, el automóvil y posteriormente las aeronaves, las personas pudieron tener acceso a un mundo más cercano, la posibilidad de pensar en acudir a lugares que en el pasado parecían alejados y casi imposible de visitar, tanto por el tiempo requerido como por los recursos económicos que han sido imprescindibles para poder realizar la práctica socialmente popularizada.

Cabe hacer mención, que para poder llevar a cabo la práctica turística desde el siglo XX se han requerido de dos tipos de recursos: a) económicos: para desplazarse y disfrutar de otros espacios geográficos o bien para dejar sus actividades productivas y reincorporarse posteriormente a su vida cotidiana; y b) tiempo, indispensable para dedicarlo a momentos de placer, ocio y entretenimiento.

Como se puede observar, el turismo no tiene un inicio claramente definido, sin embargo, los hechos históricos nos han ayudado a contextualizar el turismo en el contexto

global, desde lo que se pudo haber considerado preturismo hasta lo que es el turismo en la actualidad, que dista de ser solo un "viaje organizado para el disfrute del placer" (definición inicial del turismo), debido a la complejidad de la práctica que engloba diferentes actores de la sociedad, enmarcados en una complicada red de relaciones que nos genera preguntas cómo: ¿qué se entiende por turismo en la actualidad?, ¿qué implicaciones tiene la práctica social/económica?, ¿hay diferentes tipos de turismo?.

### 3.1.2 Conceptualización del turismo

---

El turismo entendido como un fenómeno social de masas se ha convertido en un factor importante en la economía de muchos países, incluso rebasa los ingresos obtenidos por exportaciones de petróleo, comida o automóviles, convirtiéndose en uno de los principales ingresos de naciones en desarrollo como Tailandia, Brasil, México, entre otros; sin embargo, el turismo no sólo es importante desde la perspectiva económica, ya que su valor trasciende a otros sectores y por ende, las perspectivas social-cultural y ambientalista, resultan importantes para los sujetos relacionados a su práctica.

El término "turismo masivo" es considerado como tal, a partir del fin de la segunda guerra mundial, cuando por cuestiones como la baja en el precio del petróleo, el surgimiento del avión y un ingreso per cápita mayor, las personas empiezan a pagar vacaciones que disfrutaban en su tiempo libre, lo anterior principalmente en los países más industrializados.

Con el paso del tiempo, distintas escuelas fueron estudiando el fenómeno, corrientes psicosociales, humanistas e incluso la escuela sociológica, la cual en 1981 a través de Burkart y Medlik definían el turismo como: "Los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera de su lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en estos destinos" (Burkart y Medlik, 1981:44).

Sin embargo, la propuesta realizada por Burkart y Medlik no considera los efectos sociales, medio ambientales y económicos que el turismo genera, tampoco permite apreciar la existencia de los diferentes actores que se relacionan con dicha práctica social, la existencia del sujeto es nula, ya sea como turista o como receptor, la estructura del turismo (infraestructura, instituciones, operadores turísticos, entre otros) no se visibiliza y mucho menos la relación existente entre ellos.

Otros autores como Goeldner, Wall y Vanhove, consideran al turismo como los procesos, actividades y resultados de las relaciones e interacción entre turistas, prestadores de servicios, gobiernos y comunidades receptoras, así como los ambientes externos que permiten atraer y recibir a los turistas (Goeldner,2009; Wall, 2004; Vanhove, 2005).

Han sido diversas las definiciones que se han hecho sobre el turismo, Korstanje (2012) hace una compilación de diferentes propuestas que realizan especialistas en turismo y afirma que existe una indisciplina epistémica del turismo:

Desde sus orígenes la disciplina intentó definir de antemano al turismo aun cuando la fragmentación de conocimientos llevó a una especie de indisciplina epistémica (Tribe, 2010; Escalona; 2011; Korstanje, 2007; 2008). El turismo es: a) la comercialización de la hospitalidad (Cohen, 1972; Graburn, 1983; Macannell, 1988; 2003; 2007; Korstanje, 2010); b) un agente democratizador que desestabiliza las asimetrías generadas por el colonialismo mercantil (Turner y Ash; 1991; Palmer, 1994); c) una forma estereotipada de ocio (Dumanzedier, 1967; Nash, 1981; Munee, 1999; Getino, 2002; Korstanje, 2009); d) una expresión cultural (De Kadt, 1992), e) un sistema interconectado de factores motivacionales push (vinculados a los atributos del destino turístico) y pull (asociados a características psicológicas del viajero) (Dann, 1977; Crompton, 1979; Turnbull y Uysal, 1995; Klenosky, 2002; Wu, Xu y Ekiz, 2009) y; f) un encuentro inter-étnico entre huéspedes y anfitriones (Pi-sunyer, 1977; Smith, 1977; Santana-Talavera, 2006) (Korstanje, 2012, p.2).

En la propuesta presentada por Korstanje, misma que fue trabajada durante ocho años de investigación (Korstanje, 2012), no presenta, al menos en referencia, los factores socioculturales y medio ambientales como parte de la disciplina llamada turismo. Además, la corriente epistémica ha privilegiado a los que demandan los productos turísticos, olvidando el papel de la oferta dentro del sistema económico (Escalona, 2011).

La Organización Mundial de Turismo (OMT), que es la institución de referencia a nivel mundial en cuestiones de turismo, lo define como:

Fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organización Mundial de Turismo, 2015)

Si se revisa con detenimiento la definición de la OMT, se puede llegar a la conclusión de que es una enunciación numérica, es decir, que permite hacer cálculos y obtener datos económicos para contabilizarlos y proyectarlos en estadísticas de flujo de personas y de dinero. Si bien el término engloba los aspectos sociales, culturales y económicos, enfatiza el movimiento de personas que se encuentran fuera de su lugar de origen, lo que se refiere a

cantidades que permiten contabilizar la llegada de estas personas a los distintos destinos. En cuanto a los motivos del viaje, todos son válidos, pues basta con que sea por motivos personales, de negocios o profesionales para ser considerado como turismo; es decir, se trata de un conteo de desplazamientos que no toma en cuenta de manera inferencial los motivos. Finalmente, esta definición puntualiza otros dos aspectos: los visitantes se dividen en residentes (nacionales) o no residentes (extranjeros) y en turistas (cuando pasan más de 24 horas en un lugar, menos de un año y pernoctan en el mismo destino) y excursionistas (cuando pasan menos de 24 horas y no pernoctan en el destino visitado); lo cual también permite contabilizar (personas, estancias en destinos, gasto realizado) con poco o nulo énfasis en las motivaciones, relaciones e interacciones de los actores que intervienen en turismo.

La OMT no incluye el factor ambiental ni el político, pareciera que se da por sentado que el turismo es una actividad que es asequible por todas las personas, al tener el derecho a la libre movilidad, sin embargo, personas de países como Cuba o Corea del Norte, por mencionar algunos países, tienen privaciones para poder realizar dicha actividad por razones políticas (salir o entrar de sus países), además de todas aquellas que no cuentan con recursos para poder llevar a cabo dicha práctica como en otras latitudes latinoamericanas, africanas o asiáticas; aunado a que cuando se tienen limitaciones culturales-simbólicas como la *banlieue* (barrios marginados) parisina en Europa. En la definición de la OMT, tampoco se considera los beneficios y perjuicios que se le puede realizar al medio ambiente en el que se practican actividades turísticas.

Como se puede advertir, no existe una sola definición de turismo, que pueda englobar todos los factores y elementos analizados previamente, por lo que el autor de esta investigación propone definir al *turismo* de la siguiente forma:

*Práctica social que se encuentra inmersa en un sistema complejo de relaciones entre diversos actores que incluyen al turista, la comunidad receptora (residentes), los prestadores de servicios turísticos, el gobierno, las asociaciones civiles; se caracteriza por generar un desplazamiento temporal de la residencia habitual a algún destino en particular, y la práctica está cruzada por elementos y estructuras que generan efectos sociales, culturales, económicos,*

*políticos y medio ambientales tanto en el destino, como en los sujetos que realizan la práctica con diversos fines, especialmente el de alejarse de la vida cotidiana en la que se encuentran inmersos.*

Al asumir el turismo como práctica social, en esta investigación se consideran dos factores que resultan ineludibles para explicar la práctica social del turismo: a) las condiciones sociales, históricas y materiales en las que se realiza la práctica; b) el modo de apropiación del individuo o grupos de individuos en dicho proceso, para el cual son determinantes los factores cognitivos, simbólicos y de representación (Abric, 2001, p.238).

Las prácticas turísticas pueden ser consideradas como eventos de escape de la cotidianidad en la vida de las personas, las cuales buscan que su tiempo libre (del mundo laboral) tenga momentos de descanso, de fiesta, de realizar sueños e incluso poder cumplir fantasías.

Camaratta (2006) sostiene que las prácticas turísticas en tanto prácticas sociales se realizan para conocer, sentir, vivenciar o incluso ubicarse en un espacio territorial revalorizado por su simbolismo, que puede generar un sentido de apropiación y consolidación del territorio e incluso afirma:

La práctica social del turismo en sí se individualiza generando un sistema de relaciones propio, un campo que se independiza progresivamente, se especifica y se materializa en una sociedad particular, a veces artificial, estacional, de fin de semana. Pero también se reconocen situaciones problemáticas relacionadas con los temas de inclusión y exclusión social y no se puede dejar de examinar la compleja, contradictoria y traslapada movilidad que integran los patrones de vida del cuerpo social (Camaratta, 2006, p. 355).

Hablar de turismo no es sólo pensar en los paisajes bonitos que son resultado de la práctica al relacionarla con el descanso, ocio, recreación ya que como se percibe, en realidad la práctica conlleva una compleja red de relaciones e interacciones que logra configurar espacios y relaciones que se suscitan en el espacio turístico y, al mismo tiempo, configura las prácticas turísticas y a los sujetos que las realizan.

### 3.1.3 Organizaciones en el turismo

---

La compleja organización del turismo involucra diferentes organizaciones de la industria. Las organizaciones relacionadas al turismo se clasifican por a) geografía (nacionales o

internacionales), b) tipo de constitución (pública, privada, organización no gubernamental), c) por función (consultoría, educación, proveedores asociaciones profesionales, desarrolladores turísticos, proveedores de servicios, entre otros) y, d) por industria (transportación, agentes de viaje, atracciones, recreación, operadores turísticos). A continuación, se enlistan las principales organizaciones internacionales en el campo del turismo:

*Organización Mundial del Turismo (OMT):*

Es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. La OMT, como principal organización internacional en el ámbito turístico, aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad ambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector para expandir por el mundo sus conocimientos y políticas turísticas. Entre sus miembros figuran 157 países, 6 miembros asociados y más de 480 Miembros Afiliados que representan al sector privado, a instituciones de enseñanza, a asociaciones de turismo y a autoridades turísticas locales (Organización Mundial de Turismo, 2015).

*World Travel & Tourism Council (WTTC):*

Es una organización sin ánimo de lucro, registrada como una compañía limitada por garantía en el Reino Unido. Cree en el derecho de las personas a cruzar las fronteras internacionales de forma eficiente ya sea para ocio o negocios, sin comprometer la seguridad nacional y lucha para que los gobiernos implementen políticas que aseguren que el entorno empresarial contribuye al crecimiento del sector de viajes y turismo (World Travel and Tourism Council, 2015).

*Skal Organization:*

Es una organización profesional de líderes de turismo alrededor del mundo, promueve el turismo global. Es el único grupo internacional que reúne a todas las áreas de la industria turística. La organización fue fundada en 1932, en París, reunión organizada por agentes de viajes (Skal organization, 2015).

*The International Air Transport Association (IATA):*

Es la asociación global de la industria aérea, cuenta con 260 aerolíneas afiliadas que en conjunto tienen el 88% del tráfico aéreo mundial. Su misión es representar, liderar y servir a la industria aérea (IATA, 2015).

*The International Association of Scientific Experts in Tourism (Aiest):*

Es la organización internacional más antigua que reúne a la comunidad científica y a expertos de la industria turística, cuenta con alrededor de 300 miembros de 49 países. Su interés principal es el turismo, su análisis se realiza de forma interdisciplinaria (Aiest, 2015).

En México, las principales organizaciones de la industria turística<sup>24</sup>:

*Secretaría de Turismo (SECTUR):*

Secretaría del gobierno federal, que tiene como misión: conducir el desarrollo turístico nacional, mediante las actividades de planeación, impulso al desarrollo de la oferta, apoyo a la operación

---

<sup>24</sup> Hasta el sexenio 2012-2018.



de los servicios turísticos y la promoción, articulando las acciones de diferentes instancias y niveles de gobierno (Secretaría de Turismo, 2015).

*Consejo de Promoción Turística (CPTM):*

Organismo del gobierno de la República, encargado de coordinar, diseñar y operar las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional, así como promocionar destinos y actividades que México ofrece, en los mejores escenarios, naturales y culturales. Encargado de promocionar integral y competitivamente a México, con sus productos y destinos, en los mercados nacional e internacional, a través del trabajo conjunto entre todos los actores de la actividad turística (Consejo de Promoción Turística de México, 2015).

*Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR):*

Forma parte del público paraestatal y se encuentra bajo la coordinación de la Secretaría de Turismo y tiene como misión: identificar, concretar y detonar proyectos de inversiones sustentables en el sector turístico, orientados al desarrollo regional, la generación de empleos, la captación de divisas, el desarrollo económico y el bienestar social, para mejorar la calidad de vida de la población (Fondo Nacional de Fomento al Turismo, 2015).

### 3.1.4. Enfoques de estudio en el turismo

---

#### **Turismo y economía**

Los datos estadísticos presentados por la Organización Mundial del Turismo ponen de manifiesto la importancia económica de la industria turística. Por tal razón la mayoría de los estudios realizados sobre el turismo se han realizado con el enfoque económico, los estudios de esta naturaleza se pueden dividir por el impacto observado: impactos nacionales e internacionales (Peters, 1969; Thuens, 1976) e impactos locales y regionales (Archer, Shea and Vane, 1974; Vaughan 1977; Wagner, 1997, Vanhove, 2005; Tribe, 2005). Aunque cabe hacer mención, que muchos estudios turísticos están tomando su enfoque en el impacto de determinados eventos turísticos realizados en los destinos (Getz: 1992, 1994; Hall: 1987, 1992).

Ciertos estudios científicos, mercadotécnicos y políticos, se han especializado en los beneficios que genera el turismo en ciertos destinos, los beneficios que se señalan generalmente son: el desarrollo de infraestructura turística como aeropuertos, carreteras, desarrollo de complejos hoteleros, restaurantes, bares, pero principalmente por la derrama económica que genera, la distribución del ingreso y el incremento de empleos directos e indirectos generados. Los costos económicos generados son: la sobre dependencia del

ingreso generado por actividades turísticas, incremento en la inflación y los bienes raíces de determinados destinos, incremento de las importaciones, la temporalidad de la industria y generación de otros costos externos (Wall y Mathieson, 2006).

Los efectos económicos del turismo son medidos a través de la propuesta otorgada por la OMT: Cuenta Satélite del Turismo (CST), la cual se apoya en la estadística para medir el turismo, conocer progresos y resultados, así como para promover políticas adecuadas a cada contexto.

Debido a la importancia económica que la actividad turística ha tomado en los últimos años, muchos estudios han sido solicitados y financiados para demostrar los beneficios que generan. Las solicitudes y/o financiamientos son realizados por gobiernos, agencias turísticas para el desarrollo, sector privado, entre otros. Finalmente, cabe mencionar que también existen estudios que han criticado los efectos económicos del turismo, haciendo referencia que la mayoría de las ganancias se sustraen de los países que reciben el turismo y se envían a empresas multinacionales que poseen firmas hoteleras, restauranteras y de la industria aérea alrededor del mundo.

### **Turismo y medio ambiente**

Las consecuencias generadas al medio ambiente debido a las prácticas turísticas también han sido estudiadas, principalmente por los efectos en espacios que son sobrecargados físicamente, es decir, hay tierras que se erosionan por el uso de motocicletas para realizar prácticas turísticas, o prácticas de senderismo que erosionan la tierra visitada. El término medio ambiente incluye a la flora, fauna, agua, tierra, aire y su análisis desde los aspectos físicos, químicos y biológicos (Cohen, 1978; Buckley, 2004; Wall y Wright, 1977; Liddle, 1997; Pearce, 1989, Williams, 1994; Cole, 2004).

En general, los impactos medio ambientales han sido medidos a través de los Environmental Impact Assessments (EIAs)<sup>25</sup>, los cuales predicen y evalúan los efectos de

---

<sup>25</sup> *Environmental Impact Assessments*, cuya traducción al español es Evaluación de los impactos medio ambientales.

proyectos turísticos y realizan propuestas para aminorar o erradicar los negativos (Pearce, 1989; Hunter y Green, 1995, Wall, 2004; Simpson y Wall, 2002).

En realidad, medir los efectos sobre el medio ambiente no tiene una forma completamente efectiva, pues uno de los problemas radica en medir qué efectos son causados por los turistas e industria turística y cuáles podrían ser causados incluso por las personas de la comunidad o destino.

### **Turismo, cultura y sociedad**

Un enfoque que generalmente ha sido abordado por la sociología y la antropología, son los impactos culturales y sociales que se generan tanto en el turista como en la comunidad receptora. De acuerdo con Affeld (1975), los estudios que tienen el enfoque en el aspecto social y cultural se pueden concentrar en tres categorías: el turista, la comunidad receptora y las interrelaciones entre turista y receptor.

Los estudios conducidos con referente en el turista, generalmente se enfocan en el estudio de las demandas y motivaciones de este, así como sus actitudes, expectativas y decisiones de compra. Referente al receptor, lo que se analiza es su oferta de productos o servicios, el empleo y su organización como destino turístico.

Las investigaciones realizadas referentes a las interrelaciones entre los sujetos participantes se concentran principalmente en la naturaleza del contacto, los atributos de la relación y las consecuencias generadas.

Los impactos sociales y culturales son aquellos generados por y hacia las personas, que contribuyen a generar cambios en los sistemas de valores, comportamiento individual y colectivo, en la estructura y relaciones de las familias, tipos de vida en comunidad, niveles de seguridad, salud, conducta moral, expresiones creativas, ceremonias y tradiciones comunitarias (Fox, 1977; Wolf, 1977).

Los estudios que evalúan el impacto social o cultural del turismo son limitados y, en general, estudian los efectos generados que se subrayan son de forma negativa, aunque también se revisan efectos positivos sobre la intercultural y la estimulación a solución de

conflictos raciales, de género, políticos y religiosos (Jafari, 1974; Lindberg y Johnson, 1997; Smith and Brent, 2001; Mathienson y Wall, 2006).

Uno de los principales efectos negativos señalados por los investigadores es la falta *a los estándares de moral* en las comunidades receptoras por parte de sus visitantes. Los tres principales problemas surgidos en las investigaciones turísticas son: apuestas, crimen y prostitución. El abordaje de la prostitución en el turismo no es el único enfoque que se revisa en el denominado "turismo sexual", aunque se considera que: "es aquel donde la principal motivación es consumir relaciones sexuales comerciales", definido por Graburn (1983). Este tipo de turismo es analizado desde el enfoque social principalmente, y a través de diversos estudios se ha abordado su complejización, desde las relaciones entre industria comercial del turismo, su naturaleza, riesgos, efectos y consecuencias (Opperman 1998; Cohen 1998; Hall, 1992b; Shaw y Williams, 2004; Ryan y Hall, 2001; Clift y Carter, 2000).

De acuerdo con Wall y Mathieson (2006): "muchos estudios de género y turismo indican que la relación entre sexo y turismo es complicada, toma muchas formas y no sólo puede ser reducido a la consideración de la prostitución" (Wall y Mathieson, 2006, p. 244).

La misma naturaleza de la actividad turística, involucra la solución de conflictos de índole económico, ambiental y social que deben ser considerados al planear y fomentar el turismo en algún destino para tener una mejor comprensión del complejo fenómeno estudiado.

El turismo abordado desde la sociología ha tenido diversas clasificaciones, desde el espacio visitado, las motivaciones, tipo de actividades realizadas, entre otros (De la Torre, 1997; Cohen, 1984, 2004). Se ha establecido que la sociología del turismo es la disciplina que tiene por objeto el estudio del comportamiento humano en relación con su conducta durante el tiempo libre, encaminada a satisfacer necesidades inherentes a viajes y actividades turísticas, relacionando la contratación de servicios turísticos (Amat y Ramón, 2004; Pulido, 2006; Cohen, 2004).

A través Wearing et al (2009) se propone que el fenómeno turístico se estudie desde la cultura e investigar el sentido del viaje, la identidad de los viajeros y las sensaciones que manifiestan cuando se relacionan con las personas en los destinos turísticos visitados.

### 3.1.5. Categorización del turismo como práctica social

---

Después de haber conceptualizado el turismo, se presenta una revisión de las diferentes formas de categorizar las actividades inherentes a su práctica; los estudios revisados generalmente caracterizan al turismo con base en cuatro factores: 1) tipo de turista por nacionalidad; 2) motivos para realizar el desplazamiento de su lugar de origen a un destino, 3) la modalidad de transporte inmerso y 4) la entrada o salida de divisas de un país a otro.

Los factores que más influyen en la decisión de visitar un destino con respecto a otros son: la edad, personalidad, experiencias previas, influencias del ciclo de vida familiar, tipo de empleo y condiciones obtenidas para vacacionar, clase social e ingreso económico, fuentes de información de los destinos, género, orientación sexual y tipo de experiencia que se quiere practicar durante el viaje realizado. Factores que sirven como elementos que permiten la categorización o segmentación del turismo.

A continuación, se presenta una clasificación con base en diferentes autores revisados (Vanhove, 2005; De la Torre, 1997; Cohen, 1974; Wall y Mathieson, 2006) que nos permiten tener al centro del estudio al sujeto turista.

1. Origen: Turismo nacional (realizado dentro del mismo territorio por los propios habitantes de un país) e internacional (registro de personas que traspasan los límites de su país para internarse en otro).
2. Motivos: Recreación, descanso, cultura, salud, religión, educación.
3. Permanencia: Corta estancia y larga estancia.
4. Turismo de excursión (práctica que implica sujeción a itinerario o aceptación de un paquete con algún agente turístico) o autónomo (itinerario y obtención de servicios libre).
5. Implicaciones económicas: Activo (contribuye al ingreso nacional con divisas o turistas nacionales que distribuyen el ingreso nacional) y pasivo (el que realiza el nacional que se va al extranjero, repercutiendo en una salida de divisas).
6. Modo de transporte: aéreo, marítimo, terrestre.

Una categorización reciente y que parece más adecuada en el contexto actual, es la presentada por Monterrubio (2013), en la cual realiza la división en turismo tradicional o “convencional” y turismo “no convencional”. Destaca que el turismo convencional es el turismo de masas, aquél que busca sol y playa o ciudades; algunos atractivos culturales como pirámides, museos, etc., turismo de negocios y en algunos casos, turismo médico, deportivo o familiar. Mientras que el turismo no convencional es una propuesta relativamente contemporánea y responde a la necesidad del hombre por buscar nuevas experiencias de viaje, siempre fuera de lo “tradicional”. Se le denomina “no convencional” a la práctica no tradicional del turismo, especializado y caracterizado por servicios no tradicionales, rurales, descentralizados, orientados a lo natural, cultural y es de carácter activo-participativo. Algunos ejemplos del turismo no convencional son: turismo indígena, ecoturismo, turismo religioso, turismo juvenil, turismo sexual, turismo gay y turismo oscuro.

La misma OMT (2013) realiza una división que denomina "categorías por motivos de viaje", es decir categorías que engloban determinadas prácticas turísticas por el motivo a cumplir: a) ocio, recreación y vacaciones; b) visitar amigos y familiares; c) negocios y actividades profesionales; d) tratamientos de salud; e) religión y peregrinaje y f) otros.

En el caso de la Secretaría de Turismo mexicana, la clasificación se ha hecho por segmentos 1) sol y playa; 2) turismo cultural; 3) ecoturismo y aventura; 4) turismo de salud; 5) turismo deportivo; y 6) turismo especializado de lujo (Programa Sectorial de Turismo, 2013:5) y como se puede observar en ese momento que fue publicado el Programa Sectorial de Turismo 2013-2018, aun no se tenían contemplados los *segmentos especializados* que se basan en las tendencias del turismo mundial, sin embargo, después los agregaron en la página web y ahora los definen como: Náutico, LGBT, Lujo o Premium, Cruceros, Turismo de Salud, Romance, Millenials, Multigeneracional, Adultos en Plenitud, Turismo Responsable, Compras y Turismo de Estadía Prolongada (Paulina Domínguez, comunicación personal, 7 de Julio de 2017). La tipología o clasificación de los diferentes tipos de turismo se hará dependiendo de las necesidades del actor que los clasifique, tomando en cuenta que generalmente los factores clasificadores son la motivación, las actividades a realizar, los destinos (por su geografía y recursos naturales), sin embargo, en ninguna clasificación se caracteriza al turismo LGBT o

turismo gay<sup>26</sup>, por lo que las preguntas que sobresalen son: ¿existe el turismo LGBT?, ¿desde dónde o cómo puede sostenerse su existencia?, ¿cómo se puede entender?, ¿qué es el turismo LGBT o turismo gay?, ¿qué implica? ¿cómo se caracteriza? ¿por qué hay una clasificación que pretende incluir a turistas por su orientación y preferencia sexual?; a continuación, se presenta un análisis de lo que puede entenderse como turismo *LGBT friendly* o turismo gay.

### 3.1.6. Turismo *LGBT friendly*: construcción de la práctica social desde la sexualidad y la orientación sexual

---

"...Para mí el turismo, ese tipo de turismo (LGBT) es importante, han creado establecimientos de hospedaje especiales donde reciben ese tipo de turismo, las manifestaciones se dan, pero creo que este tipo de turismo también ha sabido *comportarse*, no haciendo de su amor un espectáculo callejero, dijeran por ahí..." (Carlos Virgen, comunicación personal, 27 de febrero 2017)

El extracto presentado es parte de la entrevista realizada a un investigador especialista en turismo de Puerto Vallarta, como se puede ver, su discurso engloba orientación sexual, alojamiento especial, comportamiento público y desde luego, un límite cuando de prácticas amorosas o sexuales se trata, entonces: ¿qué es el turismo *LGBT friendly*?

La sexualidad se convierte en un potente analizador de las tensiones y expresiones de la modernidad en la cultura y la sociedad mexicana, colocándola al centro de disputas y debates cuyos efectos tienen impacto en el ámbito privado y público, así como en escenarios políticos, económicos, sociales y culturales del proyecto nacional (Collignon, 2006, p.12).

El debate académico-social principal del turismo gay está centrado en la sexualidad y la identidad de los sujetos, es decir, no sólo genera tensión por las prácticas de turismo, sino por los sujetos que las realizan y el estigma que conlleva su sexualidad en la cultura hegemónica heteronormada.

Conceptualizar el turismo gay, no es una cuestión sencilla, tal cual se ha revisado, tan sólo definir el turismo por sí mismo es complicado e incluso los investigadores en el tema no llegan a acuerdos concretos, sin embargo, se considera que la definición del turismo gay

---

<sup>26</sup> Cabe hacer mención que OMT (2018), presentó un nuevo reporte relacionado con el turismo LGBT y dan una breve caracterización al respecto, pero la explicación presentada se centra básicamente en el poder de compra de los sujetos LGBT+.

implica que se reconozca una identidad, que se identifique un espacio y que se analicen los lugares y las prácticas sociales que los sujetos gay realizan.

Una de las adaptaciones que se han hecho en el turismo, es la mercantilización del turismo gay o llamado *LGBT friendly*, promoviendo productos turísticos específicos para su consumo, como en el caso mexicano, de acuerdo con la Secretaría de Turismo, el turismo *LGBT friendly* representa diversos tipos de turismo preferidos por la comunidad LGBT+: turismo de lujo, de playa, ecoturismo, gastronómico, cultural, ya que el producto turístico dependerá del destino turístico.

Con base en la entrevista realizada a Domínguez (comunicación personal, 7 de julio de 2017), se presenta lo que implica el turismo LGBT en la política nacional. La idea del segmento turístico LGBT en México fue concebida durante la administración de la licenciada Gloria Guevara en la Secretaría de Turismo, quien en 2012 pensó en crear y fomentar un producto turístico *gay friendly* al estilo de Puerto Vallarta y Cancún (donde ya existía), haciéndolo de forma más ordenada y organizada. Sin embargo, es hasta 2013 que se inicia con un nuevo proceso, con el anuncio del levantamiento de inventario del producto turístico en el país.

En términos generales, el turismo gay (en el mundo) ha tomado relevancia en los últimos años, las investigaciones que fueron revisadas en el estado del arte realizado por Monterrubio (2009) referente al turismo gay, señalan que los estudios hasta esa fecha eran escasos, descuidados y se podían agrupar en tres tipos de análisis al respecto: la importancia económica del segmento LGBT, el comportamiento sexual de los sujetos estudiados, y la elección de destinos turísticos por los sujetos de estudio.

Las tendencias en la investigación del turismo gay que se describen a continuación es una propuesta que realizo, tomando como base el trabajo de Monterrubio (2009); sin embargo, se agregaron nuevas tendencias a las clasificaciones propuestas. Enfatizo que los estudios relativos con respecto a identidad y sexo, han sido los que más se han incrementado de acuerdo con la revisión realizada.

Cabe agregar que la mayoría de los estudios privilegia la investigación en los destinos turísticos que han experimentado crecimiento y exposición del turismo gay, algunos de los



destinos que se encuentran revisados por los especialistas en turismo son: Beirut (Líbano), Phuket y Bangkok (Tailandia), Sitges, Barcelona (España), Cape Town (Sudáfrica), Sao Paulo, Paraná (Brasil), San Francisco (Estados Unidos), Santo Domingo (República Dominicana), La Habana (Cuba), Puerto Vallarta, Ciudad de México, Cancún (México), Daylesford, Sidney (Australia)<sup>27</sup>.

En los siguientes párrafos se presenta una tipología en los estudios del turismo gay o *LGBT friendly*:

### **Turismo gay: efectos económicos *extraordinarios***

El turismo gay ha sido revisado principalmente desde la disciplina económica, ya que se considera que la principal aportación de este segmento es la derrama económica que genera en los destinos y que se traduce en ingresos por divisas y creación de fuentes de empleos (Holcomb and Luongo, 1996; Pritchard et al., 1998). En general estos estudios se enfocan en la segmentación del mercado por identidad, la derrama económica generada y los impactos económicos en las poblaciones receptoras.

Tan sólo en Estados Unidos la comunidad gay, lésbica y bisexual está compuesta por 15 millones de personas de diverso origen étnico, con diferentes condiciones civiles, que en conjunto gastaron 451 mil millones de dólares durante el 2012. Durante el año 2014, se estima que se erogaron más de 1.3 trillones de dólares por parte del segmento, de acuerdo con un reporte presentado por la OMT (2015).

Existen estudios que se han realizado con respecto a la segmentación mercadotécnica del turismo gay, proponen la aplicación de estrategias para mantener e incluso atraer turismo gay, mencionando algunas cosas como “educar a la comunidad receptora respecto a la hospitalidad” (Guaracino, 2007; Melián et al., 2011; Coon, 2012).

El turismo *LGBT friendly* o turismo gay en México y el mundo, tiene la fuerte etiqueta de ser un generador extraordinario de divisas, es decir, no se habla de que los gays mexicanos generen las divisas, se da por hecho por parte de los prestadores de servicios turísticos, que

---

<sup>27</sup> Los estudios presentados son enunciativos y no exhaustivos, ya que se han hecho estudios sobre el turismo gay en otros destinos turísticos.

el turismo internacional LGBT es el que genera realmente los ingresos, mientras que el turismo nacional LGBT genera una cantidad mínima comparada con el internacional.

De acuerdo con la OMT (2012), el "turismo LGBT está basado en el 'turismo alternativo' y cuyas características principales son: a) un ingreso económico más elevado, que incluso se convierte en *pink dollar* (dólar rosa) o DINK (*Dual Income No Kids*)<sup>28</sup>; b) orientación sexual diversa a la heteronormada y/o identidad de género diferente" (OMT, 2012; SECTUR, 2018; IGLTA, 2017).

Como se puede observar, el turista gay, generalmente es considerado como sinónimo de excelente derrama económica tanto en los establecimientos, como en las propias que se otorgan a los prestadores de servicios en los destinos turísticos, razón por la cual se establecen estrategias para atraer dicho mercado, sin embargo, este tipo de estudios no ha considerado los efectos colaterales del turismo en otros aspectos como el cultural, social, medio ambiental, entre otros.

### **Turismo *gay friendly*, ¿sinónimo de turismo sexual?**

En la mayoría de los casos, cuando se ha tenido oportunidad de conversar con expertos y no expertos en turismo, la segunda connotación que sugiere el turismo *LGBT friendly* o *gay friendly*, después del factor económico, es la orientación sexual. La orientación sexual que deriva en prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas que trastocan la vida cotidiana de una parte de la sociedad que al ver amenazado el orden heteronormativo y el orden socio-sexual prefiere que dicha comunidad tenga sus propios espacios para controlar y mantener vigiladas dichas prácticas.

Los estudios sobre el turismo gay han incluido el estudio del comportamiento sexual de los hombres gays en sus vacaciones (Clift et al., 2002; Waitt y Markwell, 2006; Monterrubio et al., 2007). Uno de los primeros trabajos reportados es el llevado a cabo en Tailandia por Kleiber y Wilke (1993), el cual tuvo como objetivo identificar qué hombres visitaban el país como "turistas sexuales"; por qué los varones homosexuales se involucraban en actividades sexuales durante sus viajes; qué actividades practicaban; y con qué frecuencia

---

<sup>28</sup> Doble Ingreso económico No Niños.

utilizaban protección. Después de entrevistar a 94 turistas masculinos de origen alemán, el estudio concluyó que muchos viajeros visitaban el país con un propósito sexual y, que una amplia variedad de prácticas sexuales fue observada entre los sujetos estudiados.

Más tarde, Clift y Forrest (1999) presentaron resultados de una encuesta a 562 hombres gay residentes del sur de Inglaterra, centrando su atención en la actividad sexual de estos varones durante los viajes. Se encontró que, cuando viajaban, aproximadamente la mitad de los encuestados tenía actividad sexual con algún compañero nuevo. Además, se reveló que tenían mayores expectativas de estar sexualmente activos durante su viaje y de ser motivados por la vida social gay y por la actividad sexual. En términos generales, la investigación existente relacionada con el comportamiento sexual de viajeros gay se ha concentrado en el grado de dicha actividad sexual y el nivel de riesgo de infecciones sexuales (Clift y Forrest, 1999).

En la actualidad los temas de investigación referentes al turismo gay revelan que el sexo es un aspecto relevante de estudio y que ha sido abordado incluso como una actividad inseparable de la práctica social del turismo realizado por gays (Wait, et al., 2006; López et al., 2015; Padilla, 2007; Mitchell, 2010, 2011, , McCormick, 2011; Mendoza 2013; Stout, 2015) y que ha incrementado los casos de enfermedades de transmisión sexual en los destinos receptores, tal es en el caso de República Dominicana en el cual se presenta el estudio realizado con diferentes instituciones y sujetos de estudio en el país para demostrar el incremento de casos de VIH causado por los encuentros sexuales del turista gay (Padilla et al., 2010).

Otro aspecto que se ha estudiado en las investigaciones referentes al turismo gay, es la prostitución, la cual surge como una demanda de los sujetos que visitan destinos turísticos gays y que contratan servicios sexuales otorgados por trabajadores sexuales (Hughes, 2006; Hughes et al., 2010; Wait, et al., 2006, López et al., 2015, Padilla, 2007; Padilla et al., 2010; Monterrubio, 2008, 2009; López y Carmona, 2008; Mitchell, 2010, 2011; Mendoza 2013, 2015; Stout, 2015; Van Broeck & López, 2015; López et al, 2015; Bringas y Gaxiola, 2015;

Córdoba, 2015; Yolocuauhtliy Alcalá, 2015; Cáceres et al., 2015; Lanzarini, 2015; Arroyo y Amador, 2015)<sup>29</sup>.

Como se puede observar, mientras que en la categorización del turismo *LGBT friendly*, se hace énfasis a las prácticas de derrama económica que generan los turistas de la comunidad diversa, en los estudios científicos prevalece un acercamiento relacionado a las prácticas sexuales de los hombres con otros hombres en el destino turístico visitado, las prácticas sexuales de lesbianas, bisexuales y transexuales no aparecen documentadas en artículos y o libros académicos, como parte del segmento de turistas *LGBT friendly*.

### **Identidad, creación y apropiación de espacios turísticos por la comunidad LGBT**

Aspectos sociales como identidad y apropiación de espacios son los temas menos abordados al (re)pensar el turismo gay, sin embargo, las intersecciones y complejidades relacionadas con la cultura, orientación sexual, género, nacionalidad-raza, clase y sus respectivos cruces con las prácticas y discursos son áreas que pueden profundizarse para entender mejor el complejo vínculo del turismo *gay friendly*.

García y Marín (2014) describieron un "modelo gay" (turístico) en el cual presentaron un análisis de la ciudad de Cancún, destacando que su punto central ha sido comprender las "dinámicas urbanas de los sectores sociales implicados: itinerarios, rutas y acceso a espacios donde, en múltiples ocasiones, tienen que enfrentarse con una abierta y explícita homofobia de empresarios, dueños, empleados y clientes en los centros turísticos" (García y Marín, 2014, p.76).

Algunos estudios revelan ejemplos de cómo el turismo gay ha sido incluido en distintas sociedades de diversos países, revelando su importancia económica, política e incluso oportunidades de crecimiento a través de su implementación en ciudades específicas (Williams, 2008; Nan, 2011 García y Marín, 2014;), algunos autores afirman que incluso en ciertos carnavales y desfiles del orgullo gay, ciertos destinos se vuelven gays al menos durante esas fechas (Lacaba, 2004; Tomazzoni et al., 2014; Gorman et al., 2012)

---

<sup>29</sup> Los trabajos que se presentan durante 2015 son parte de una edición especial que publicó en octubre de 2015, la revista argentina: "Estudios y Perspectivas en Turismo" (publicación que revisa el turismo desde la óptica de las Ciencias Sociales), la edición se denominó "Turismo y Sexo entre hombres".

Los perjuicios encontrados derivados del turismo gay han sido múltiples de acuerdo a autores como Mendoza, Monterrubio y Lanzarini, algunos de los perjuicios enlistados son: incremento en el uso de drogas, prostitución varonil, la alienación de otros segmentos del turismo y de la comunidad local e incluso señalan otros efectos sociales como la poca aceptación de la inmigración (Monterrubio, 2008, 2015; Mendoza, 2013, García y Marín, 2014; López López y Van Broeck, 2015; López López et al., 2015; Monterrubio y López, 2014; Lanzarini, 2015).

Los destinos turísticos elegidos por los gays para vacacionar difieren de lo que busca el turismo *mainstream*<sup>30</sup>, ya que lo que buscan los gays en los destinos es contar con respeto, simpatía, amabilidad y/o cordialidad hacia sus personas, lo anterior generalmente definido como *gay friendly* (Hughes, 2002, 2006; Monterrubio, 2009), sin embargo, también buscan una industria turística gay, adaptada a sus necesidades sociales, en la cual se pueda tener la oportunidad de “ser ellos mismos”; de acuerdo a Hughes (1997) el turismo y la identidad sexual gay están siempre relacionados, por lo que el sujeto buscará destinos que privilegien los encuentros sexuales, afirmación que se revisa en el capítulo seis de esta tesis, en el cual se analizan las diferentes tipos de prácticas realizadas por la comunidad LGBT+ en el destino vallartense.

De lo anterior podemos desprender dos afirmaciones: la primera de ellas es que, elegir un destino turístico *gay friendly* tiene una connotación de inclusión-exclusión, es decir, los gays son incluidos en espacios turísticos definidos para que puedan vacacionar “libremente”, en otras palabras sin ser molestados por su orientación sexual, presencia física y prácticas turísticas, lo cual inevitablemente significa que no son aceptados en el resto del territorio turístico (excluidos), precisamente por los mismos factores.

La segunda afirmación que se hace es que, aunque la comunidad gay puede ser excluida en lo que he denominado *gueto invisible o gueto simbólico*, también es cierto que ese gueto o porción de espacio destinado para sus prácticas turísticas, también es deseado, creado e incluso apropiado por visitantes que se llegan a convertir en residentes o visitantes

---

<sup>30</sup> *Mainstream*: anglicismo que literalmente significa corriente principal, también se refiere a los términos que se utilizan para designar los pensamientos, gustos o preferencias predominantes en un momento determinado en una sociedad.

frecuentes, dado que la infraestructura turística ofrecida cumple con sus necesidades para vacacionar en un ambiente cordial y de respeto.

Weeks (1998) y Nicolas (1995) remarcan que el bar, el disco-bar y las discotecas son tres importantes escenarios del universo homosexual destinados a satisfacer las necesidades sociales y sexuales.

Respecto a la elección de destinos turísticos para ser considerados como opciones de recreación se pide el poder “sentirse libres o ellos mismos”, además de agregar que ahora la industria turística gay ya no sólo se considera como opcional, ahora es demandada por los turistas LGBT+ para poder visitar dichos destinos (Ersoy et al., 2012; Blichfeldt et al., 2013).

En la actualidad debido a las diversas leyes y políticas establecidas en el mundo, en las cuales se permite que parejas del mismo sexo ya puedan casarse e incluso formar familias con hijos (inclusive adoptando), ahora las necesidades sociales de los gays, se diversifican, pues ya no sólo se considera la diversión para adultos o la aceptación social para ellos, ahora se busca que los hijos puedan disfrutar libremente de actividades sin ser excluidos socialmente (Nan, 2008, 2011; Lucena et al., 2015).

Es importante rescatar que la SECTUR está buscando opciones para diversificar sus productos turísticos, dependiendo del tipo de familia LGBT+; la Secretaría de Turismo está buscando crear opciones para que todas las familias tengan "lugares o destinos especializados" (Paulina Domínguez, comunicación personal, 7 de Julio de 2017), en otras palabras, buscan que puedan disfrutar "sin ser discriminados".

Finalmente, es importante hacer notar que no se hace ninguna referencia del turismo gay con el tema medioambiental, es decir, parece ser que los efectos producidos sobre los espacios no causaran ningún efecto colateral en el medio ambiente, situación que dista de la realidad, especialmente cuando se observa el incremento de construcciones verticales en los destinos turísticos cuyo efecto colateral es hacia el medio ambiente, derivado de la cantidad de materiales que se requieren, de los desechos que generan y el desplazamiento humano observado por dicha situación.

Por todo lo anterior, después de la revisión teórica que se ha realizado, la inmersión en campo a través de entrevistas, observación participante, recorridos turísticos y análisis de

documentos históricos, se presenta una reflexión sobre lo que es el turismo gay, turismo *gay friendly* y turismo *LGBT friendly*; se presentan seis reflexiones:

1) La construcción social de las categorías necesitan una deconstrucción, es decir, (re) pensarlas a la luz del orden (hetero) sexual que se ha impuesto en la sociedad, orden que incluyen cuatro elementos de acuerdo con la propuesta hecha por Collignon (2011):

De manera paralela los actores sociales divergentes o contrarios a ese orden social legitimado son quienes, de forma explícita o implícita, abierta o encubierta, sostienen, promueven prácticas y discursos sociales/sexuales contrarios a la heteronormatividad, es decir, a los principios exclusivos de heterosexualidad/monogamia/reproducción/matrimonio (ingredientes constitutivos del modelo sexual occidental) (Collignon, 2011, p. 143).

Con esta referencia aunada a las diferentes conceptualizaciones sobre el turismo, se llega a una conclusión anticipada de que las categorías del turismo gay, *gay friendly* o *LGBT friendly* son creadas para poder nombrar y legitimar las prácticas turísticas de un grupo de personas que ejercen su sexualidad fuera del orden social; se encuentran prácticas sexuales que no permiten la monogamia propuesta en el orden, es decir, hay turistas que tienen más de una pareja sexual e incluso no comparten la idea de tener una sola pareja (emocional o sexual); el principio de reproducción no prevalece en la comunidad LGBT+, como se analizó previamente la mayoría de los individuos o parejas prefieren no tener niños, sin embargo, la comunidad LGBT+ es diversa y en algunos casos sí deciden procrear o adoptar niños que configurarán los diferentes tipos de familia de la diversidad<sup>31</sup>; finalmente, el matrimonio, último principio de la heteronormatividad propuesto, es un elemento que no está permitido para lesbianas, gays o transgéneros en todos los países, incluso en México, sólo está permitido en algunos estados de la república, pero es un hallazgo importante, dado que al permitirse el matrimonio para gays y lesbianas, también se han creado nuevos productos turísticos que conllevan a prácticas para la comunidad LGBT+ como fiestas y banquetes en las cuales comparten con sus familiares y amigos la experiencia del enlace matrimonial.

2) No existe una clasificación del turismo que sostenga la categorización por orientación sexual, de lo contrario, se podría hablar de turismo heterosexual, sin embargo,

---

<sup>31</sup> Algunas investigaciones han visibilizado una mayor cantidad de lesbianas, gays y bisexuales que optan por tener hijos o adoptarlos, lo cual conlleva a tener prácticas turísticas diferenciadas de acuerdo con instituciones turísticas como la ILGTA y SECTUR.

dado que el sistema heteronormativo es el que prevalece, se hace necesario nombrar lo que esté fuera del orden y ese poder de nombrar lo ha dado el Estado en conjunto con organizaciones y empresas del turismo que se ven beneficiadas de dicha categoría. No se afirma que la categoría beneficie o perjudique a los gays, bisexuales o lesbianas, lo que se afirma es que a través de esta etiqueta, nombramiento o categoría se les abre un espacio en la sociedad de manera diferenciada, es decir, el poder realizar las prácticas turísticas que deseen mediante un control y vigilancia de los espacios destinados para esta comunidad.

3) Las prácticas turísticas que realiza la comunidad LGBT+ no son diferentes de lo que realizan los heterosexuales, se divierten en la playa, en bares, antros (discotecas), toman masajes, tienen sexo con otras personas (al igual que los heterosexuales), tienen muestras de afecto y cariño como besarse, abrazarse y desde luego realizan un gasto turístico. Las dos grandes diferencias que se advierten son: 1) la orientación sexual les diferencia y señala como algo natural en el espacio establecido para ello y (a)normal fuera de esa constricción espacial; 2) existe en algunos casos, la posibilidad de que en el lugar de origen de los turistas no se les permita tener espacios en los cuales puedan expresar sus prácticas afectivas, amorosas o sexuales de manera, ya sea porque no cuentan con la infraestructura para hacerlo, por cuestiones culturales y/o, cuestiones legales.

4) Aunque el principal factor para el turismo gay es el económico, la realidad es que no todos los turistas gays cuentan con altos recursos económicos para gastarlos en el destino turístico, sin embargo, la tendencia en destinos turísticos *gay friendly* en México es que el turista internacional es el que más derrama económica genera, tomando en cuenta los indicadores desarrollados por la OMT y SECTUR.

5) Las diferencias que se pueden advertir entre turismo *LGBT friendly* y *gay friendly*, responden justamente a que la mayor cantidad de personas que se visibilizan en los destinos turísticos enunciados son hombres con preferencia sexual por otros hombres (gays), las lesbianas sí son visibles pero en menor cantidad, mientras que la visibilización de personas bisexuales y transgénero es difícil de identificar a simple vista, y dado que no hay estadísticas formales, se trabaja con la información estadística inferida de organismos y asociaciones internacionales. Cabe resaltar que la visibilización de personas lesbianas, bisexuales y



transexuales como turistas no es cosa menor, si no que puede tener implicaciones incluso de orden discriminatorio. La gran diferencia que prevalece entre el turismo gay y turismo *gay friendly*, es que mientras el primero parece incluir toda una gama de infraestructura y posicionamiento legal para atender exclusivamente a los gays, el turismo *gay friendly* tiene una connotación de amistad/respeto y en algunos casos infraestructura física adecuada para los gays, sin embargo, la convivencia entre gays y heterosexuales no está dividida en el espacio, como lo está en los resorts exclusivos para gays.

6) El turismo gay visto como práctica social no monolítica, es bastante compleja, dado que tiene intersecciones entre cultura (orden heteronormativo en (re)configuración), economía (factores de inversión en infraestructura turística y derrama económica), política (red de poderes (re)definiendo leyes y políticas públicas), social (relaciones complejas entre actores e intereses en las comunidades que se desarrollan turísticamente para esta comunidad), ambiental (efectos colaterales al medio ambiente debido a la creación de bienes inmuebles en los destinos turísticos).

En esta investigación, se entenderá el **turismo *LGBT friendly*** como:

*Práctica social que implica un desplazamiento del lugar habitual de vivienda a un destino turístico, realizada por sujetos de la comunidad LGBT+ en espacios públicos /privados determinados por la estructura social (gobiernos, organizaciones civiles, sector privado), los cuales realizan prácticas sociales inherentes al destino turístico y genera interacciones con la comunidad receptora, prestadores de servicios y otros visitantes. Las prácticas sociales del turismo LGBT se constituyen por una compleja interrelación de intereses económicos, culturales, políticos y ambientales que genera efectos en los diferentes actores involucrados en el fenómeno.*

En la siguiente sección se aborda la construcción sociohistórica e institucional del turismo y en particular del turismo *LGBT friendly* en Puerto Vallarta; se presenta también un Puerto Vallarta configurado como un espacio-territorio que ha permitido la expresión de la práctica social del turismo (LGBT).

## 3.2 Construcción socio-histórica e institucional del turismo *LGBT friendly* en Puerto Vallarta

### 3.2.1 Puerto Vallarta, Jalisco: de pueblo minero a ciudad turística, transformaciones sociales en más de cien años<sup>32</sup>

Puerto Vallarta fue legalmente constituido como ciudad en el año de 1968 bajo el decreto 8366 del H. Congreso del Estado de Jalisco, el nombramiento llegaría después de 117 años de grandes transformaciones que iniciaron con los primeros pobladores de lo que se conoció como "Las Peñas de Santa María de Guadalupe". A continuación, se presenta una descripción del Puerto Vallarta actual que tiene un pasado histórico que lo ha posicionado en el destino turístico que ahora es, proceso marcado por discursos institucionales y prácticas de los residentes que fueron *grabados* en el espacio geográfico/social y en la cultura de los residentes.

Se le nombró "las Peñas" porque hay unas piedras en el mar frente la playa de Mismaloya que se visualizan casi al entrar al pueblo por la carretera Cihuatlán - Puerto Vallarta, haciendo énfasis que los primeros pobladores de "Las Peñas" fueron de Cihuatlán, Jalisco y, se le puso "de Santa María de Guadalupe" porque se fundó oficialmente el 12 de diciembre de 1851 y ese día se celebra a la virgen del mismo nombre (Gómez Encarnación, 4 de mayo de 2017; Gobierno de Jalisco, 2017).

¿Qué sucedía en este enmarque geográfico antes de 1851? La naturaleza protegía el paraíso formado por playas y montañas que dificultaban el acceso a sus entrañas, la geografía al estar formada por montañas y acantilados al mar permitieron mantener inhabitado el espacio.

La geografía de "Las Peñas" además de sus montañas y playas, estuvo marcada por la presencia de dos grandes ríos "El Cuale" y " Ameca", a través de dichos ríos se accedía también hacia la población y desde la población a otros destinos, dado que no existió por muchos años infraestructura carretera ni aérea.

Los primeros habitantes de la región, de los cuales se les desconoce un motivo real de migración, fueron las familias Sánchez Torres, Carrillo, Joya, Peña, de Robles y Andrade,

---

<sup>32</sup> La contextualización histórica está basada en los registros oficiales del gobierno de Puerto Vallarta, entrevista con el actual cronista de la ciudad, Juan Manuel Gómez Encarnación (realizada el 4 de mayo de 2017) y registros documentales que se encuentran la Biblioteca "Los Mangos" de Puerto Vallarta y en la presidencia municipal.

mismas que se asentaron en el actual centro de Puerto Vallarta y en los alrededores del río Cuale (Gobierno de Jalisco, 2018).

Las primeras actividades que realizaron los pobladores al llegar (de acuerdo con los registros establecidos) fueron la extracción de sal y su traslado a pueblos mineros como San Sebastián, en donde la principal actividad mercantil fue la minería (extracción de plata y oro), la cual necesitaba de sal para poder limpiar los metales preciosos. El recurso sería transportado desde "Las Peñas", cuyo ingreso económico y vida social estaría conectada al proceso minero (Scartascini, 2011; Juan Gómez, comunicación personal, 4 de mayo de 2017).

La época minera de la zona fue gloriosa de 1857 a 1885, años que de acuerdo a los registros, lograron contabilizar 359 minas, el grupo minero principal fue la minera "Unión en Cuale" que contó con los permisos federales para la explotación minera y provocó que los habitantes y los dueños de las mineras vieran un gran éxito con el negocio obtenido del traslado de la sal para limpiar los metales, aunque también verían la gran posibilidad de otros recursos naturales del lugar (Scartascini, 2011; Juan Gómez, comunicación personal, 4 de mayo de 2017).

Sin embargo, en las épocas de gran impulso de la región de "Las Peñas" hubo también un retroceso respecto a la minería debido a que existieron grupos que se dedicaron a asaltar y contrabandear con los metales de la región, aunado a que, a nivel mundial, el precio de la plata sufrió una grave depreciación y ya no fue tan demandada.

La depreciación de los metales se hizo notar, en especial el precio de la plata, el cual al verse derrumbado provocó una disminución en su extracción y limpieza, situación que afectaría al pueblo mexicano y, "Las Peñas" no sería la excepción, al estar claramente relacionado, vio un decaimiento de la principal actividad económica y tomó un nuevo rumbo: la agricultura.

El ingreso a la agricultura como principal actividad económica en "Las Peñas" estuvo centrada en el maíz, frijol, pero sobre todo en el tabaco que sería insumo para las principales compañías tabacaleras en el país para la producción de cigarros (Juan Gómez, comunicación personal, 4 de mayo de 2017).

Durante mucho tiempo, las cosechas de la región eran para consumo local y posteriormente sería para enviar a otros destinos que serían el lugar de distribución como México, Mazatlán, California (Estados Unidos), como aun no se contaba con infraestructura carretera los envíos de la producción se hacía mediante transporte marítimo:<sup>33</sup>

Debido al aislamiento, la forma en que llegaban las mercancías para el abastecimiento de la población, así como la salida de los productos cosechados era mediante barcos, y el transporte entre la orilla y los buques se realizaba con canoas (Scartascini, 2011:42).

El auge de la agricultura fue limitado por la reforma agraria que se decretaría en México en 1915, misma que haría patente su instauración con la constitución mexicana de 1917 al establecer en el artículo 27 el reparto de tierras, esta situación transformaría nuevamente al puerto, pues conllevaría a la expropiación de tierras y al reparto de las mismas entre los habitantes establecidos en el espacio, lo cual generaría el ejido de Puerto Vallarta y un nuevo gobierno.

El nombre de Puerto Vallarta fue acuñado en 1918, en honor al ex gobernador del estado de Jalisco, Ignacio L. Vallarta, "quien fuera combatiente en la guerra de reforma junto con Juárez y presidente de la Suprema Corte de Justicia de la Nación y secretario de Gobernación y Relaciones Exteriores" (Juan Gómez, comunicación personal, 4 de mayo de 2017).

La empresa Montgomery fue una de los principales comerciantes de los productos de la región y se estableció en octubre de 1924; la compañía compró hectáreas de la región y lograría modificar plantaciones dedicadas al maíz y el frijol hacia el plátano, sin embargo, no fue suficiente su participación para lograr mantener la agricultura como principal actividad económica

Con las nuevas gestiones del gobierno en turno, el pueblo fue transformando, su infraestructura mejoró, en noviembre de 1930 se inaugura el servicio público de energía eléctrica y en 1939 se instala el sistema de bombeo y tanques para llevar agua a la población.

---

<sup>33</sup> Es importante acotar, que el principal puerto comercial de Las Peñas fue solicitado en habilitación en julio diciembre de 1869 y a través del él, se lograría un incremento para el comercio marítimo de altura y cabotaje lo que resultaría en un incremento de la actividad económica derivado de las relaciones comerciales establecidas en la vía marítima.

En 1931 llega el primer avión piloteado a Puerto Vallarta y en 1942 se inauguraría una pista de aterrizaje que sería usada principalmente para vuelos entre Guadalajara y Puerto Vallarta a través de los hermanos Fierro (Gobierno de Jalisco, 2018; Juan Gómez, comunicación personal, 4 de mayo de 2017).

Al bajar la productividad en la agricultura se daría paso a la nueva vida de Puerto Vallarta: el turismo como principal actividad económica.

### **El turismo en Puerto Vallarta**

El turismo como actividad económica ha sido un proceso social que ha logrado transformar espacios rurales en urbanos, desarrollando dinámicas sociales que han permitido crear ciudades impulsadas por las interacciones entre turistas y receptores, así como prácticas sociales que permiten configurar el espacio urbano. Puerto Vallarta es una ciudad que ha experimentado un proceso de urbanización relacionado al turismo, cabe hacer mención que antes de su inserción en dicho proceso social, el puerto estuvo comunicado con el exterior de la región a través de barcos y aviones, ya que la infraestructura carretera era demasiado costosa para construir y fue hasta que se le concedió el status de ciudad que empezaron los proyectos de creación de carreteras que la comunicarían con Barra de Navidad y Guadalajara.

El crecimiento de Puerto Vallarta como ciudad y la inversión gubernamental que se gestionó en ella a partir de los años setenta del siglo pasado, se dio gracias a su ingreso al turismo, el cual no fue fortuito, sino consecuencia de varios acontecimientos económicos y políticos que se fueron dando desde 1931 y hasta su registro como ciudad en 1968 (Scartascini, 2011; Virgen, González y Hernández, 2011; Virgen, 2014).

En 1931 llegaría a Puerto Vallarta el primer avión procedente de tierras estadounidenses y arribaría con fines comerciales, sin embargo, fue hasta 1942 con la construcción de una nueva pista de aterrizaje mejor acondicionada que se establecerían vuelos regulares entre Guadalajara y Puerto Vallarta, esta ruta aérea permitiría el arribo de turistas nacionales, pero sobre todo internacionales que llegarían al paraíso mexicano de la época enclavado en el pacífico mexicano.

El desarrollo económico de Puerto Vallarta se ha ligado desde 1942 a la industria turística, de hecho, se considera que el primer anuncio comercial del puerto como destino turístico de playa fue hecho en la revista de la Cámara de Comercio de Estados Unidos “Modern Mexico”, en la cual se anunciaba a Vallarta como un destino de playa que debería ser visitado por los ciudadanos estadounidenses (Scartascini, 2011; Virgen, 2014; Virgen, 24 de febrero de 2017).

Posteriormente, en 1954, llegaría con más conexiones aéreas la Compañía Mexicana de Aviación, empresa que a partir de ese año lograría transportar una mayor cantidad de turistas al destino de playa y dos años más tarde (1956) se crearía la brecha carretera entre Mascota y Puerto Vallarta, infraestructura que conectaría al puerto con el resto de la república mexicana por vía terrestre.

Durante esa misma década, dos sucesos políticos internacionales marcarían el ingreso de Puerto Vallarta como destino turístico:

República Dominicana y Cuba, se ven afectados por el asesinato del dictador dominicano Rafael Leónidas Trujillo, ocurrido el 30 de mayo de 1961, terminando una etapa dictatorial de 30 años, pero generando múltiples problemas sociales; así como la caída de Batista y el triunfo de la revolución cubana en 1959, por lo que dichos turistas (estadounidenses) tuvieron que buscar otros destinos que ofrecieran el clima tropical, la vegetación, el mar, el contacto con la naturaleza, pero sobretodo seguridad; situación que benefició en forma incontrovertible a Puerto Vallarta (Gauna y Virgen, 2005:18).

Ambos destinos turísticos, República Dominicana y Cuba eran los principales destinos caribeños (sol y playa) de los turistas estadounidenses, lo cuales fueron vetados por los turistas y sus gobiernos, lo que provocaría poner la mirada en el nuevo destino turístico en México (Puerto Vallarta).

Mítico o no, un suceso cultural que marcaría a Puerto Vallarta como un destino turístico de glamour en la escena internacional, fue la grabación *in situ* de la película *La noche de la Iguana*, que tenía como actores principales a Deborah Kerr y Richard Burton, película que fuera estrenada en 1964 y que detonaría el interés de los turistas internacionales por conocer el "paraíso mexicano", demanda turística que se vería exacerbada tras ponerse al descubierto el romance de Richard Burton y Elizabeth Taylor, ocurrido en las locaciones de la película en 1963 (Scartascini, 2011; Virgen, 2014).

Aunque la película *La noche de la Iguana* y el romance hollywoodense expuesto a los medios de comunicación de la época fue un gran impulsor para atraer turistas a Puerto Vallarta, también la gestión política encaminada a que el puerto se desarrollara económicamente influyó de manera decisiva en el rumbo de la ciudad.

Gómez Encarnación (comunicación personal, 4 de mayo de 2017) afirma que el gran auge turístico que tuvo Puerto Vallarta, estuvo alineado con las políticas turísticas nacionales

José Rogelio Encarnación Álvarez y Francisco Medina Ascencio, deslumbraron antes que nada esto (el beneficio del Turismo en Puerto Vallarta), fueron contemporáneos de una política de Estado del gobierno federal presidido por, Adolfo Ruiz Cortines 1952-1958 quien lanza la política pública "La Marcha al mar" (Juan Gómez, comunicación personal, 4 de mayo de 2017).

De acuerdo con Virgen (2014), Francisco Medina Ascencio, fue un actor que marcó el despunte como ciudad de Puerto Vallarta para ser considerado un gran destino turístico:

[...] la dotación de recursos para la infraestructura y las acciones necesarias para el despegue turístico del destino, como son: La elevación a la categoría de ciudad el 31 de mayo de 1968; requisito necesario para lograr financiamientos públicos, para las obras necesarias de este centro turístico; la construcción del puente sobre el Río Ameca, la carretera costera No. 200 en su tramo Puerto Vallarta-Barra de Navidad, el camino Compostela -Las Varas- Puerto Vallarta, el aeropuerto internacional, la dotación a la ciudad de energía eléctrica y de servicio telefónico, el primer puerto sobre la dársena del estero del Salado (Munguía Fregoso, citado en Virgen, 2014).

La década de los años setenta del siglo pasado, sentará el precedente de la mercantilización del espacio en Puerto Vallarta, se realiza en esta ciudad una entrevista entre los presidentes Richard Nixon y Gustavo Díaz Ordaz para solucionar "el problema del Chamizal" (territorio fronterizo negociado entre Estados Unidos y México por más de cien años) y ese mismo año (1970), con tres meses de diferencia, el presidente Díaz Ordaz decreta la expropiación de 1026 hectáreas del ejido de Puerto Vallarta para regularizar la tenencia de la tierra y, en 1973 el presidente Luis Echeverría fundaría por decreto presidencial el Fideicomiso Puerto Vallarta, con el cual se legalizarían todas las tierras que pertenecían al ejido.

Lo anterior, marcó el inicio de la venta de tierras a particulares, en especial a inversionistas extranjeros que tenían interés en adquirir tierras con fines comerciales en el "nuevo paraíso de playa" más aclamado por los estadounidenses de la época.

En 1970, bajo la gestión de Francisco Medina Ascencio, los hoteles de Puerto Vallarta anunciados en el Manual de información turística del Departamento de Turismo del Gobierno del Estado de Jalisco eran los siguientes: Camino Real, Chulavista, El Bucanero, El Dorado, La Peña, Los Cuatro Vientos, Océano,

Playa de Oro, Posada de la Selva, Posada del Pedregal, Posada del Río Cuale, Posada del Virrey, Posada Vallarta, Río, Rosita y Tropicana. En el balneario "Los Muertos", al sur del río Cuale, se presentaba un hotel con servicios requeridos para el nuevo turismo: el Delfín, el cual era promocionado como: "El fabuloso Hotel Delfín. Siete pisos, una alberca, night club, dos elevadores, 108 empleados, 50 con capacidad bilingüe". Frente a esta realidad turística desbordante, los medios de comunicación se transformaron en testigos de los contrastes entre la vida turística y la cotidiana (Scartascini, 2011:106).

Se dice que los primeros residentes extranjeros en Puerto Vallarta fueron precisamente Richard Burton y Elizabeth Taylor entre otros integrantes del rodaje de la película "La noche de la Iguana"

La forma de relación entre la comunidad vallartense y los primeros residentes extranjeros se articulaba de manera fluida, mediante lazos, incluso de compadrazgo, tal como fue el caso de Liz Taylor con algunas familias de la comunidad local (Scartascini, 2011;113)

Sin embargo, los residentes desde entonces manifestaban su desacuerdo con la llegada del turismo masivo y sus consecuencias; Scartascini (2011) rescata algunas de las apreciaciones públicas de la época:

Del periódico *El Guardián (1970)* [...] invasión de arterias con puestos fijos y semifijos, así como el estacionamiento de autobuses de pasajeros con peligro de transitar y ser arrollado. El ritmo que aceleradamente se siguen en la mencionada colonia con los nuevos vecindados, ha rebasado todo cálculo y la sobrepoblación aumenta arrolladora y anárquicamente.

De *Sandoval (2011)*. Sigue la deforestación a grandes pasos y, dentro de poco, si las autoridades o quienes esto compete no ponen un hasta aquí, nos vamos a quedar soñando que teníamos bellezas naturales. [...] Las lluvias este año han sido escasas pero torrenciales y la tala inmoderada que se practica en las montañas circunvecinas a Puerto Vallarta ha provocado que los ríos arrastren volúmenes incalculables de tierra y limo y, por este motivo, la bahía presenta, por primera vez, un panorama sucio.

Del periódico *Aquí Vallarta (1972)*. En el ejido de Puerto Vallarta no habrá dos ciudades: la del brillo y esplendor del turismo nacional y extranjero, y la de las colonias donde sólo existe gente con frustraciones, sin servicios municipales y sin perspectivas claras en su futuro (Scartascini, 2011:117)

El pueblo se transformó y se convertiría en la ciudad turística más importante de la década de los años ochenta del siglo pasado, en 1983 el gobernador del estado de Jalisco declarararía:

Puerto Vallarta ya se ha consolidado como destino turístico internacional... resuelto ya el conflicto de la tenencia de la tierra y sus servicios urbanos básicos por el Fideicomiso del mismo nombre, se consideró el último año, el destino aéreo más importante del país (Scartascini, 2011:128).

Para habitantes de la ciudad vallartense, el crecimiento del "pueblito" a ciudad, no dejó un grato sabor de boca, en su investigación histórica de la ciudad de Puerto Vallarta, Scartascini afirma:



La ciudad como soporte turístico introdujo, para los propios vallartenses, nuevas formas de consumo, de desplazamiento y de percepción del mundo material. El crecimiento urbano provocó sorpresa por situaciones nunca antes vividas. Empezaron a desdibujarse los lazos fraternos que habían unido a la comunidad local. Numerosos testimonios han atestiguado la incertidumbre que sintieron cuando, un día, salieron a caminar al malecón y no reconocieron a la gente que caminaba en él (Scartascini, 2011:130).

Durante toda la década de los años ochenta del siglo XX, la población vallartense sufrió la pérdida de lugares simbólicos e incluso el gobierno municipal intentó destruir la primera escuela de Puerto Vallarta, llamada “20 de noviembre”, y convertirla en estacionamiento público, situación que generó descontento de la población, la cual se manifestó e impidió la situación, sin embargo, el poder económico de la iniciativa privada arrasaba con el espacio territorial creando hoteles, campos de golf, la marina, etc.

Cabe hacer mención que a partir de la década de los años noventa del mismo siglo XX, el turismo generó más ingresos con la llegada de más visitantes, pero al mismo tiempo generaría mayor confusión y agobio por parte de la comunidad receptora vallartense; el puerto vio llegar en 1992 su primer restaurant de cadena internacional (McDonald’s) y las franquicias, empleos, oficios y actividades cotidianas comenzaron a transformarse, generando la sensación entre los pobladores de que el turismo como gran salvador económico del pueblo no tendría la culpa completa, sino la mala planeación política turística que cada sexenio ha ido implementándose en detrimento de los locales (Scartascini, 2011).

Si bien se reconoce que el incremento del turismo en Puerto Vallarta ha tenido efectos no deseados en el territorio y en la comunidad receptora, también se reconoce que el turismo ha sido la plataforma económica que ha permitido generar crecimiento y desarrollo económico en la región. De acuerdo al Instituto de Información Estadística y Geográfica de Jalisco (2016), tan sólo de 2012 al 2016, se incrementó el nivel de empleo en un 21.92% proveniente del sector económico de servicios de alojamiento temporal.

En suma, debido a las actividades económicas centradas predominantemente en el turismo de playa, Puerto Vallarta llegaba al fin del siglo XX con una serie de problemas sociales no esperados surgidos de los propios procesos de modernidad en los que, como pueblo se ha visto inmerso: pasa de ser un pueblo de pescadores a Comisaría, municipio, Ciudad, destino turístico de playa a nivel nacional e internacional. Es indiscutible que la industria de los visitantes, la consiguiente observación de sus costumbres, el poner a disposición del turista los recursos naturales y de bienestar, han favorecido la aparición de ciertos problemas sociales que en la actualidad aquejan a Puerto Vallarta (González, 2010, p. 32).

La declaración del entonces presidente municipal en 2010, Salvador González, señala la realidad vallartense, una ciudad en crecimiento constante, pero a su vez con desafíos sociales por resolver derivado de la práctica social del turismo.

Es precisamente, derivado de la práctica social del turismo que surgen inquietudes en la sociedad como las relaciones economía-turismo-sexualidad, específicamente al abordar el tema del turismo gay en la comunidad, que "parece ser innato en Puerto Vallarta" al ser resultado del inicio del turismo en el puerto (Domínguez, 2017), pero que al mismo tiempo ha sido invisibilizado por la comunidad, principalmente por el gobierno municipal.

A continuación, se presenta el Puerto Vallarta *LGBT friendly* de la actualidad, territorio que es fruto de incontables tensiones sociales y luchas de resistencia que han buscado crear un espacio libre de discriminación y violencia para la comunidad LGBT+.

### 3.2.2 Puerto Vallarta: ¿cuna del turismo gay en México?

Las Peñas, Peñitas o Puerto Vallarta no fue concebido en su fundación como un destino turístico, sin embargo, como se pudo apreciar en el apartado anterior, sí despuntó como tal en los años cuarenta del siglo XX, para convertirse en un destino turístico en consolidación en los años sesenta y cuyo esplendor estaría concebido entre las décadas de los años ochenta y noventa del siglo pasado.

La principal categorización y visibilización de los turistas en Puerto Vallarta ha sido entre turistas nacionales y turistas internacionales, también destacan las categorías establecidas por su elección en el tipo de actividades a realizar: turismo de playa, ecoturismo o incluso turismo de negocios, sin embargo, el turismo gay no fue un elemento considerado en las políticas públicas de los gobiernos municipales, estatales o federales, hasta la administración municipal 2015-2018 que lo pondría en el mapa turístico.

Aunque no hay información documental que referencie a Puerto Vallarta como el destino turístico que inició con la atención a personas de la comunidad gay, un estudio realizado durante el 2015 por la empresa estadounidense *Out Now Global*, especialista en consumo de la comunidad LGBT+, hizo notar que para 2015, Puerto Vallarta dejaba de ser el destino preferido por los estadounidenses gays para vacacionar y lo ubicaban en el tercer

lugar, después de Cancún y Ciudad de México respectivamente, enfatizando que de acuerdo a sus estadísticas, el destino dejaba de ser competitivo frente a sus rivales turísticos mexicanos. Sin embargo, la comunidad receptora, los empresarios y en especial el gobierno municipal de Puerto Vallarta han emprendido acciones para tratar de recuperar el mercado LGBT.

### **Políticas municipales de Puerto Vallarta, relacionadas al turismo gay**

*El turismo gay* es quizá el nicho de mercado que más éxito ha logrado en los últimos años. De hecho ha comenzado a llamársele a Puerto Vallarta “El San Francisco de México”, “la capital gay de México” o “El paraíso gay”. Este segmento se ha constituido mediante una compleja red de agencias de viajes, hoteles, restaurantes y centros nocturnos, encaminados a facilitar la estancia y satisfacer las demandas de un grupo que requiere o exige una atención especializada. Este sector turístico parece bastante exitoso, y se ha ido extendiendo cada vez más a pesar de que no ha sido reconocido, apoyado y promovido por las instancias oficiales, que incluso suelen verlo como un problema en vez de asimilar y encausar sus beneficios (Marín, 2015:229).

El turismo gay en Puerto Vallarta, parece haber iniciado junto con el turismo heterosexual o tradicional en los años cincuenta del siglo XX, sin embargo, su visibilización y registro fue prácticamente nulo, debido a que iba en contra del orden socio-sexual de la época en México. No obstante, hay registros que nos permiten (re)pensar las prácticas y los espacios ocupados por la comunidad LGBT+ que realizaban la práctica social del turismo.

En una declaración del párroco del Templo de “Nuestra Señora del Refugio”, publicada en el periódico local *El Guardián*, el 23 de abril de 1966 (citada en Scartascini, 2011), con el título “Con la cruz y la espada”, se destaca la presencia de turistas de la comunidad LGBT+, que parecen faltar a la moral y a la cultura religiosa de la ciudad:

Aquí la causa, la raíz de los males, es una actitud materialista, pasiva, un dejar hacer con tal que produzca una tolerancia mal entendida, una visión miope de la realidad social que es el tributo que [...] le están pagando al dios turismo y al dios dinero [...] ejército de afeminados y homosexuales que invaden todo, las zonas rojas y cantinas, cuadro de vehículos manejados por individuos completamente borrachos [...] Y todo por la razón de que aquí es puerto y ¡se nos va el turismo si lo impedimos! Razón estúpida desde cualquier punto que se le examine [...] Vale más el dinero de tu dios turismo que la dignidad moral y humana de tu pueblo [...] Si hay moral y dignidad [...] el turismo no se va o se irá precisamente lo inmoral [...] pero permanecerán y vendrán los extranjeros que realmente son dignos de nuestra amistad [...] Esa frase que está en labios de muchos “Se nos va el turismo” refiriéndose a tolerar esas inmoralidades, es además injuriosa a los mismos turistas que ¿acaso no hay turistas decentes, dignos, rectos? Esa tolerancia es perjudicial y contradictoria (Scartascini, 2011:103).

Como se puede observar, desde esa época ya se contaba con la presencia de turistas gays en el viejo Vallarta, cuyas prácticas visibles se enfocaban a visitar bares y beber alcohol, no se destacan actividades sexuales en la declaración del párroco de la ciudad.

En mayo de 2007, Mellin y Onstott, publicarían en el contexto internacional, que en Puerto Vallarta había una zona gay,

Hay un escenario de vida nocturna gay ubicado en la zona romántica del viejo Vallarta. El *hotel Descanso del sol* tiene 'hora feliz' y es un buen lugar esperar para esperar el atardecer. El *bar-café Apache* atrae el público gay y lesbianas, así como a escritores, poetas y artistas reconocidos de toda índole. La reina indisputable del escenario gay, es el *Blue Chairs*, que tiene un hotel, alberca, un bar en la terraza, bar en la playa (el original '*blue chairs*') y eventos semanales como: show travesti, bingo, entre otros. *Paco Paco* es la disco gay pionera (Traducción realizada por el tesista con base en Mellin y Onstott, 2007, p. 288).

Durante el trienio municipal 2012-2015 se estableció el Plan de Desarrollo Municipal 2030, el cual tenía como eje central al turismo, reconociendo como vocacionamiento, el turismo de playa, turismo de negocios, turismo de crucero y turismo náutico y reconocía tener potencial para impulsar principalmente el turismo deportivo, turismo de salud, turismo educativo y el ecoturismo y aunque no hubo política federal, estatal o municipal que apoyaran claramente al turismo gay, fue en este periodo que se realizó el primer desfile del orgullo gay:

En 2013 se llevó a cabo la Primera Marcha del Orgullo Gay (Vallarta Gay Pride), con ayuda institucional del Ayuntamiento de Puerto Vallarta. Este evento tuvo una gran convocatoria que superó las expectativas de los organizadores y dejó una importante derrama económica. (SECTUR, 2014, p. 24)

Dicho festival, abriría un nuevo camino en la búsqueda de derechos legales en el Estado, visibilización por parte de la comunidad vallartense y atención del ayuntamiento municipal.

En el trienio municipal 2015-2018, el Plan de Desarrollo Municipal muestra cinco ejes: Ciudad Funcional, Ciudad Justa, Ciudad Verde, Ciudad Segura, Ciudad Próspera, dentro de los cuales aparecen dos líneas respecto al turismo:

1) Dentro de la Dirección General de Desarrollo Económico se establece como objetivo particular: diversificar la inversión en sectores estratégicos y complementarios al turismo y, aunque no especifica en qué, se infiere que es el sector inmobiliario que se encuentra en crecimiento en el puerto y que complementa e incluso sostiene la actividad turística;

2) A través de la Dirección de Turismo Municipal se declara que es un destino de talla internacional y que de ese nivel deben ser las atracciones y eventos, se enfocarán los esfuerzos al turismo deportivo, cultural y al turismo sustentable y se menciona que lo hará en conjunto con la iniciativa privada y Fideicomiso de Turismo.

Aunque no se menciona nada referente al turismo gay, el municipio a través del presidente municipal Arturo Dávalos Peña, electo tanto para el periodo 2015-2018, como para el 2018-2021, ha dado un mensaje de igualdad de trato hacia la comunidad LGBT+ (residentes y visitantes), en línea con las propuestas y leyes emitidas por el gobierno federal y la Suprema Corte de Justicia de la Nación. Las acciones que ha realizado o respaldado referentes al turismo gay son:

1) 20 de abril de 2016. Los primeros dos enlaces matrimoniales, una pareja de gays y una de lesbianas, el presidente municipal Dávalos Peña reconoció lo siguiente:

El matrimonio entre dos personas del mismo sexo a partir del día de hoy se reconoce legal y socialmente aquí en Puerto Vallarta, así que hoy estamos ante un compromiso público y formal, ... hoy se sienta un precedente en materia de igualdad y equidad para todos los ciudadanos... explicó que ambas parejas cumplieron con los requisitos para su celebración matrimonial, asistieron a las pláticas correspondientes y es legalmente el día de hoy cuando se realiza esta boda civil debido a que se estaba a la espera de los formatos correspondientes, los cuales se recibieron hace algunos días. (NotiVallarta, 2016).

2) 6 de abril de 2017. Inauguran la Oficina de Igualdad de Género, atención y orientación turística a la diversidad social, en el Parque Lázaro Cárdenas. En el evento de apertura, el presidente municipal Dávalos Peña declaró:

Reconocemos la importancia de brindar condiciones propicias para el desarrollo de las personas, atendiendo de manera muy especial a quienes buscan destinos turísticos en donde puedan descansar, crear, dialogar y construir lazos de comunicación y respeto a los Derechos Humanos (VallartaOpina, 2017).

Al inaugurar la oficina, el presidente municipal reconoció que el objetivo es " seguir avanzando en la construcción de un destino amigable", incluso afirmó: "en este Ayuntamiento estaremos al pendiente de que se respeten los derechos humanos. Con esta oficina tendrán asesoría, los orientarán y ayudarán a tener en Puerto Vallarta una vida más tranquila, un apoyo que es muy necesario para todos ustedes" refiriéndose a la comunidad LGBT+.

También reconoció que la oficina es para atender los problemas de los turistas de la comunidad LGBT+, con el fin de que se sientan atendidos sin discriminación y el objetivo es acercar el gobierno municipal a la zona romántica, lugar donde se ubica la oficina en cuestión.

Cabe hacer mención que otro actor importante que estuvo presente además del gobierno municipal, fue la Asociación de Comercios y Turismo (ACT LGBT), quien a través de su presidente Genaro Mendoza Cruz, emitió la declaración:

2016 México atrajo 2.9 millones turistas LGBT, con una derrama económica de 765 dólares por persona, lo que supera en un 60% a otro tipo de turistas. Representa el 10% del turismo internacional en nuestro país... (Vallarta Opina, 2017)

La última declaración realizada por el primer edil, durante el mismo evento fue:

Gracias a la interacción, convivencia e intercambio cultural con los turistas, hemos logrado importantes avances en la creación de una ciudadanía incluyente, plural y diversa. Puerto Vallarta es hoy una ciudad en donde consideramos de primordial interés el respeto a las diferencias a través de un trato digno, respetuoso e igualitario para todas las personas, sin importar nacionalidad, raza, religión, orientación sexual e identidad de género (Vallarta Opina, 2017).

Con lo anterior, se manifestaba públicamente, que en la actual administración hay dos actores importantes en el posicionamiento de Puerto Vallarta como destino *LGBT friendly*, la asociación de empresarios ACT LGBT AC y la presidencia municipal.

Actualmente, la ciudad se promociona como ciudad amigable con la comunidad LGBT, haciendo referencia en el sitio web: <http://visitapuertovallarta.com.mx/mi-viaje-es-lgbt>, que Puerto Vallarta tiene más de sesenta años como destino turístico preferido por lesbianas, gays, bisexuales y transexuales. El gobierno municipal editó un video promocional de Puerto Vallarta como destino amigable, el cual se puede encontrar en la liga electrónica: <https://www.youtube.com/watch?v=WJrDvfoqHmU> e incluso promocionó el *Gay Pride* vallartense, que se desarrolló del 21 al 27 de mayo de 2017, se puede consultar en la liga: <http://visitapuertovallarta.com.mx/evento/vallarta-pride-2017>.

Como última acción en 2017, el gobierno municipal vallartense anunció que, por primera vez en la historia de Puerto Vallarta, el primer edil marcharía y acompañaría a la comunidad LGBT+ (residentes y turistas) en el desfile por el orgullo gay 2017, mismo que tendrá lugar el miércoles 24 de mayo de 2017 y en el cual si participó.

## Capítulo 4. Resultados del trabajo etnográfico

---

### 4.1 Primer aproximación metodológica a través de una prueba piloto realizada en verano de 2016

---

A continuación, se presenta la primera aproximación a campo que se realizó a través del método etnográfico durante el verano del 2016 con el fin de contextualizar el objeto de estudio de forma empírica.

Con base en los avances obtenidos hasta mayo de 2016 en la investigación, se decidió realizar un estudio exploratorio (piloto) que pudiera confirmar la pertinencia del diseño metodológico propuesto, pero que al mismo tiempo ayudara a (re)definir aspectos centrales del proyecto, como la pregunta de investigación rectora, el objetivo principal y la hipótesis de trabajo.

El reconocimiento del territorio turístico *gay friendly* en Puerto Vallarta tuvo como objetivos: 1) visualizar qué prácticas ocurrían y durante qué momentos; 2) identificar qué actores aparecían en el (contexto de configuración) del espacio; 3) identificar físicamente el territorio para categorizar los establecimientos y actividades ofertadas.

El método elegido fue el cualitativo que se llevó a cabo a través de etnografía, ya que se pensó que a través de la misma se podría acceder a la subjetividad de los actores a través de sus narrativas expuestas en entrevistas y observación, así como para reconocer políticas y posicionamiento de la autoridad local respecto al tema y problema de esta investigación.

La principal técnica etnográfica que se puso en práctica fue la observación participante, la cual permitió el reconocimiento del espacio y permitió conocer actores clave que formaban parte del territorio en ese momento (principalmente turistas, empresarios y gobierno) y con los cuales se sostuvieron conversaciones etnográficas, el proceso y resultado se redactó en un diario de campo digital que se analizaría posteriormente (en el diario se vaciaban las notas que se realizaban el celular todos los días al recorrer el espacio). También se tomaron fotografías, se revisó la prensa local y las revistas *gay* de circulación local.

El reconocimiento del espacio de la zona romántica en Puerto Vallarta, Jalisco se realizó del 14 al 20 de junio de 2016, bajo las siguientes condiciones:

- 1) El investigador había visitado la zona en diferentes ocasiones (soltero, con pareja, con amigos y con familia), la visita previa fue en enero de 2015.
- 2) El investigador había estado en la zona como turista y como profesor-administrador de Universidad de Colima (para realizar convenios con hoteles y operadores turísticos). En esta visita el investigador asume una posición de turista gay que buscaba hacer un trabajo exploratorio, por lo que contactó a un ex estudiante que se asume como gay y trabajaba en un hotel *gay friendly* de la zona romántica, lo anterior, para que el estudiante fuera el guía, respecto a la localidad investigada.
- 3) Para tener una mayor familiarización con el espacio estudiado, se decidió rentar durante toda la estancia una habitación ubicada en la zona romántica.
- 4) La relatoría de esa estancia se realizó de forma diaria, se destacaron los eventos a los que se acudía, los espacios (re)visitados, las conversaciones sostenidas y la información documental recabada.

Algunos de los hallazgos de este trabajo exploratorio fueron:

- 1) La zona romántica que se denomina como gueto invisible en esta investigación, permite el desarrollo libre de prácticas turísticas de la comunidad LGBT a partir del cruce del río Cuale, es decir, del centro de Puerto Vallarta en dirección a la colonia Emiliano Zapata.
- 2) La autoridad turística municipal aun no reconoce (parecía desconocerla al momento de la entrevista con personal de turismo de Puerto Vallarta) la política federal “destinos *gay friendly*” (cabe resaltar que un par de meses después del trabajo exploratorio se publicó en prensa local vallartense que se reconocía el destino como tal).
- 3) La comunidad de empresarios se agrupa principalmente en la Asociación Civil de Comercios y Turismo LGBT (ACT LGBT), que defiende los intereses de la comunidad de empresarios que buscan atender al segmento de gays, lesbianas, bisexuales y transexuales.
- 4) La mayoría de los turistas y residentes de la comunidad LGBT+ a los que se entrevistó consideraron que el espacio en Puerto Vallarta les permite sentirse más cómodos con



su forma de ser y actuar, mencionaron poder realizar libremente sus actividades sin ser molestados por la autoridad local.

- 5) Algunos empleados del sector turístico de la zona romántica comentaron trabajar y respetar a la comunidad LGBT+ porque generan una derrama económica importante, es decir, "tienen y gastan dinero en servicios, productos y propinas", lo cual les beneficia por lo cual "respetan al turista gay".
- 6) En un año creció el número de establecimientos "gays o *gay friendly*" en la zona romántica; se encontraron como tal: seis hoteles, veinte bares, tres discotecas, dos saunas, siete centros de masaje, cuatro centros de playa<sup>34</sup> (todos en la playa Los Muertos -la playa gay-), quince restaurantes y diversas tiendas de ropa y accesorios.
- 7) Desde 2014 aumentó el número de complejos habitacionales (departamentos) que están en venta en la zona, la mayoría de ellos enfoca su venta a personas de la comunidad LGBT+.
- 8) Las emociones es un elemento que la comunidad no resaltó, sin embargo, se pudo visualizar que la alegría es la emoción que más se hace presente, la comunidad LGBT se divertía sin preocuparse de ataques y las risas fue un común denominador en los espacios visitados.
- 9) La fiesta es claramente visible, durante el día y la noche, incluso los actores entrevistados mencionan que "la gente se divierte todo el día", generalmente en los centros de playa y durante la tarde-noche cambian de ubicación a los restaurantes, bares o a los saunas gay.

Al regresar del acercamiento preliminar al campo (trabajo exploratorio), se procedió con el análisis de información con el fin de integrar modificaciones a la investigación. Como parte de las conclusiones a las que se llegaba a partir del trabajo de campo etnográfico durante 2016, fue necesario afinar la pregunta e hipótesis de trabajo, ya que se detectó que un factor que está influenciando la configuración del espacio son las relaciones sociales que se encuentran tejidas en una red de ciertos actores involucrados en el turismo en Puerto

---

<sup>34</sup> Los centros de playa son espacios frente al mar que cuentan con diferentes amenidades (camastros, sillas, albercas, servicio de restaurant-bar, música), la mayoría abre a partir de las nueve horas y cierra en diferentes horarios, dependiendo del día y afluencia de turistas.

Vallarta. El trabajo de campo exploratorio sirvió también para reconocer que hay actores involucrados en la configuración de zona romántica como destino *gay friendly*, que no se habían tomado en cuenta, dado que se desconocía su existencia, además se llegó a visualizar algunos de los actores que mantienen una red en la que interactúan, formando vínculos comerciales, afectivos y sociales que les permite generar un frente común ante las acciones de la sociedad tradicional que discriminan a la comunidad LGBT+. Otro avance logrado con la exploración fue que los guiones de observación y de entrevista etnográfica debían permitir aprehender lo que estaba configurando el espacio como espacio turístico *LGBT friendly*.

#### 4.2 Inmersión etnográfica formal en Puerto Vallarta, Jalisco

El trabajo de campo en la zona romántica en Puerto Vallarta se inició el 1 de septiembre de 2017 y resultó por demás interesante y productivo.

Durante las visitas previas que se hicieron en 2015 y 2016, se pensó que al formar parte de la comunidad LBGT podría ser más fácil el acercarse a observar la realidad practicada, es decir, bajo el argumento de ser un turista o un local más en el espacio, sería menos complicado la aprehensión de lo que sucede, sin embargo, la situación ha sido compleja bajo la identidad de investigador, debido a que se ha necesitado un proceso de acercamiento con los principales actores que configuran el espacio, incluso con los turistas, los cuales generalmente están de paso o con tiempo para divertirse o descansar, por lo cual fue difícil el contacto para realizarles entrevistas debido a que no siempre tenían la confianza y el tiempo para dedicarle a una entrevista de una hora u hora y media, ya que están por placer y lo último que querían era "perder el tiempo" en eso, por lo cual se tuvo que realizar procesos de confianza para poder acceder a entrevistas con turistas que vacacionan más días en el destino turístico o que incluso regresan cada determinado periodo de tiempo.

Derivado del proceso etnográfico, se observó que la caracterización de los sujetos debía (re) pensarse a la luz de lo que se ha encontrado y, como resultado se dio una nueva identificación a cinco actores que se consideran los más importantes en tanto a las relaciones de poder encontradas que configuran el espacio como un destino turístico *LGBT friendly*, son: *turistas* (H y LGBT), *residentes* (temporales y permanente, nacionales e internacionales, *empresarios* (formales e informales-), tres *asociaciones* y tres instituciones de *gobierno*.

Tabla 2 Caracterización de los actores

<i>Actor</i>	<i>Clasificación</i>	<i>Características del sujeto</i>	<i>Justificación</i>
<b>Residente</b>	<b>R</b>	Todos al menos 5 años de residencia en PV, ya sea temporal o permanente.	Los residentes pueden ser nacionales y/o extranjeros que posean el status migratorio (temporal o permanente) otorgado por el Instituto Nacional de Migración (INM). Los residentes temporales y/o permanentes tendrán derecho a participar en actividades económicas remuneradas en México. Estancia en México mayor a 180 días (extranjeros). Condición de empleado formal e informal, empresario o retirado.
<b>Residente Mexicano Heterosexual</b>	<b>R_M_H</b>	Residente mexicano, permanente mayor 50 años, heterosexual.	Se piensa que con al menos 5 años de residencia en el lugar; con una condición de residencia mexicana y mayor de 50 años, se podrá observar la sedimentación de la cultura hegemónica heteronormada respecto al rol heteronormativo de la familia tradicional como turistas versus el turista LGBT+ con familias. Los R_M_H desarrollan prácticas probablemente diferenciadas en el espacio, por no acudir a lugares de esparcimiento o contacto con la comunidad LGBT+ del lugar; tal vez, tenga mayor tiempo viviendo en Zona Romántica y logren dimensionar cambios en el espacio estudiado. Se pretende conocer su aceptación hacia el grupo LGBT+.
<b>Residente Mexicano LGBT+</b>	<b>R_M_LGBT</b>	Residente mexicano, permanente, mayor 25 años, LGBT+.	Se piensa que con al menos 5 años de residencia en el lugar; con una condición de residencia mexicana y mayor de 25 años, se podrá observar <i>cambios</i> en la sedimentación de la cultura hegemónica heteronormada respecto al rol heteronormativo de la familia tradicional como turistas versus el turista LGBT+ con familias. Los R_M_LGBT es probable que compartan prácticas en el espacio al acudir a lugares de esparcimiento o contacto con la comunidad LGBT+ del lugar; tal vez, prefieran vivir en la Zona Romántica y también logren dimensionar cambios en el espacio estudiado, ya sea por la oferta de lugares o por tipo de turistas en lugar.

<b>Residente Extranjero LGBT+</b>	<b>R_E_LGBT</b>	Residente extranjero, temporal, mayor a 50 años, LGBT+.	Se piensa que con al menos 5 años de residencia temporal; con una condición de extranjero y con una edad mayor de 50 años, se podrá observar <i>diferencias</i> en la sedimentación de la cultura hegemónica heteronormada respecto al rol heteronormativo de la familia tradicional. Los R_E_LGBT es probable que compartan prácticas en el espacio al acudir a lugares de esparcimiento o contacto con la comunidad LGBT+ del lugar; se cree que este segmento proviene principalmente de Estados Unidos y Canadá, y es el principal grupo de extranjeros que promueve el desarrollo de prácticas de esparcimiento en la Zona Romántica, es un grupo que logran promover y realizar cambios en el espacio estudiado.
<b>Turista</b>	<b>T</b>	Todo turista nacional e internacional	De acuerdo a la definición oficial de la Organización Mundial del Turismo, el turista rad pernoctar en el destino al menos una noche y no más de 180 días (INM).
<b>Turista hetero-sexual</b>	<b>T_H</b>	Turista mexicano o extranjero, con/sin familia en el destino, heterosexual	Se pretende revisar el tipo de prácticas que realizan en el espacio estudiado, así como la aceptación de las prácticas de la comunidad LGBT+ en la zona romántica. Se cree que este tipo de turistas podría preferir el espacio por la cantidad de lugares de esparcimiento en el lugar, aun cuando no compartan la orientación sexual y prácticas de la comunidad LGBT+.
<b>Turista LGBT+</b>	<b>T_LGBT</b>	Turista mexicano o extranjero, con/sin familia en el destino, LGBT+	Se pretende revisar el tipo de prácticas que realizan en el espacio estudiado, se cree que visitan esta zona por la libertad tanto de expresión como de practicar el espacio, es decir, se (les) permite ser ellos mismos y no tener que ocultar su preferencia/orientación/género en espacios de esparcimiento. Encuentran la infraestructura adecuada para encontrarse con la misma comunidad sin ser señalados o estigmatizados. Junto con los R_M_LGBT y LOS R_E_LGBT son los principales promotores de cambios en el espacio estudiado.
<b>Asociaciones LGBT+</b>	<b>A_LGBT</b>	Asociaciones AC en la zona romántica	En este grupo se identificaron cinco: 1) ACT LGBT AC: que fomenta el desarrollo empresarial de la comunidad LGBT+ y <i>LGBT friendly</i> ; 2) COLECTIVO VALLARTA LGBT, que agrupa a los residentes vallartenses de la comunidad LGBT+ y promueve los DDHH de la comunidad LGBT+ en el municipio. 3) SETAC: apoya a la comunidad en temas de enfermedades de transmisión sexual, principalmente VIH y dado que varias prácticas de la comunidad LGBT+ en el espacio son sexuales, se pretende conocer la promoción de prevención ante las ETS. Existen también dos asociaciones de vecinos que serán abordadas en los capítulos siguientes.

<b>Instituciones gubernamentales</b>	<b>G</b>	Ayuntamiento municipal y Secretaría de turismo	En este grupo se encuentran: 1) Gobierno municipal y 2) Secretaría de Turismo municipal y; 3) Oficina de igualdad de género.
<b>Empresarios</b>	<b>E_LGBT</b>	Empresarios en la zona romántica	En este grupo se identificaron diferentes tipos de empresarios, aunque se acudió y realizó entrevistas y conversaciones con varios de ellos de diferentes áreas del sector turístico, sólo se eligieron a tres: 1) Dueño del hotel boutique <i>LGBT friendly</i> en Amapas; 2) Dueño de cuatro de los bares LGBT más frecuentados en la zona LGBT+ de Vallarta; 3) Dueño de hotel, restaurant y club de alberca (todos orientados al público LGBT+).

*Tabla 2 Caracterización de los actores*

Fuente: Elaboración propia con base en el trabajo de campo.

Derivado del trabajo en campo, se procedió a realizar entrevistas y durante el proceso de rapport o confianza con los diferentes actores se ha accedió a diferentes conversaciones de manera diaria, tal vez cientos de ellas, entre turistas, residentes, miembros de las asociaciones y algunas personas del gobierno, se realizaron quince entrevistas (tres por cada actor). Las conversaciones que se sostuvieron en el espacio turístico estudiado fueron múltiples, cada una de ellas se iba documentando en notas que contenían elementos que configuran las relaciones y/o patrones en el territorio, por ejemplo, algunas de ellas se entabalaron en bares, playas, discotecas en donde los sujetos no permitían el uso de una grabación y/o la situación de rapport no permitía llegar a grabar la conversación. Se platicaba con turistas: sobre sus motivaciones de visitar el espacio, sus imaginarios del destino turístico, lo que más disfrutaban de visitar Puerto Vallarta, servicios turísticos que usaban más, lo que les hacía sentir cómodos con respecto a otros espacios turísticos de Puerto Vallarta, entre otras cuestiones. Con los residentes, se entablaron conversaciones sobre su vida cotidiana a lo largo de su residencia en Puerto Vallarta, cómo había llegado a la ciudad, qué los motivaba a quedarse, cómo les afectaba o beneficiaba las prácticas del turismo, qué pensaban sobre la comunidad LGBT+, entre otras preguntas. Tanto residentes y visitantes fueron tan diversos en tanto a la comunidad LGBT+, así como por su nacionalidad, raza y subjetividades.

En el siguiente apartado se presentan algunos de los resultados más relevantes de la observación participante de la etnografía.

Hallazgos encontrados en el trabajo campo provenientes de la observación participante:

- 1) Resulta evidente que durante los meses de septiembre y octubre el turismo fue bajo y a partir del 6 de noviembre el turismo se vio incrementado de manera sustancial, la mayor cantidad de turistas que se han observado durante estos meses son extranjeros, particularmente de Estados Unidos y Canadá.
- 2) La comunidad de residentes LGBT+, permanentes y temporales, se ha incrementado y poseen una gran cantidad de casas, departamentos y condominios en la zona, incluso es relevante mencionar que en tres de las cinco asociaciones que intervienen en la configuración del espacio turístico y vecinal, la mayoría son extranjeros.
- 3) Los turistas mencionan encontrar vendedores de drogas en diferentes puntos de encuentro y aseguran que los vendedores o *dealers*<sup>35</sup> ofrecen su “mercancía” directamente al “cliente” en diferentes horas del día.
- 4) La cantidad de masajistas, strippers y trabajadores sexuales es considerable, es decir, además de existir lugares de masajes, también ofrecen sus servicios en las calles y en la aplicación gay *Grindr*, los precios de los masajes sin sexo son en promedio de \$600 pesos mexicanos, mientras que los masajes y/o servicios sexuales van de los \$800 pesos a los \$3,000 pesos mexicanos, los masajistas y trabajadores sexuales que ofrecen sus servicios con precios más altos en Puerto Vallarta son extranjeros, hay venezolanos, colombianos, argentinos, chilenos e incluso uno rumano. Los precios que ofrecen son por hora y tiene incluso servicio de acompañamiento sin sexo, los precios no incluyen propina.
- 5) Los turistas y residentes acuden al centro cultural ACT II y Centro Cultural Río Cuale para presenciar eventos culturales como espectáculos de música, obras de teatro, eventos de recaudación de fondos, entre otros. Los eventos que se realizan son con drag queens, travestis, conciertos musicales, entre otros y resaltando que apoyan y promocionan espectáculos de la comunidad LGBT+. Este tipo de espectáculos tiene un costo promedio de ingreso entre \$350 a \$700 por persona en cada evento más el

---

<sup>35</sup> Así se les dice a los vendedores de drogas que son el contacto entre el productor y consumidor.

consumo de bebidas y alimentos que realicen en el lugar. La mayoría de los asistentes en ACT II, suelen ser extranjeros (más del 90%) y van personas LGBT+ pero también van parejas y personas heterosexuales (extranjeros), mientras que en los espectáculos que se presentan en el Centro cultural del Río Cuale, suelen acudir más mexicanos, generalmente porque los espectáculos son en español en contraposición con los de ACT II que son en inglés.

- 6) Los turistas además de participar en actividades de recreación en la playa Los Muertos, saunas, fiestas en albercas de hoteles LGBT+, bares, restaurantes, también acuden a Puerto Vallarta por turismo médico, en particular, para atenderse situaciones dentales como limpiezas, implantes, entre otros, considerando que el precio es mucho más barato que en sus lugares de origen y que incluso con lo que ahorra alcanza a pagar la vacación que lleva a cabo en zona romántica.
- 7) Los actores más influyentes en la zona son los empresarios agremiados en ACT LGBT AC, y el gobierno, mientras que la comunidad local tiene menos peso en las decisiones que se toman en el espacio, aunado a que si quieren formar parte de las asociaciones de vecinos deben de pagar una cuota anual de \$1,500 pesos, situación casi imposible para muchos residentes mexicanos que lo último que quieren es pagar por expresarse acerca del espacio en la zona romántica, por lo cual estas asociaciones de vecinos están integradas principalmente por extranjeros que son los que toman las decisiones.
- 8) Los límites espaciales en la zona respecto a las prácticas sociales turísticas de la comunidad LGBT+ no está definida legalmente pero sí geográficamente, al cruzar el puente del río Cuale se observa mayor cantidad de miembros de la comunidad LGBT+ que manifiestan prácticas afectivas o amorosas, la gente expresa que lo mejor es hacerlo en la zona romántica e incluso la visibilización de este tipo de prácticas se ve reducida o invisibilizada en el centro o malecón vallartense.
- 9) Se descubrió que existe otra zona de esparcimiento LGBT+ en Puerto Vallarta y en una zona/colonia denominada como el Pitillal, los residentes afirman que los turistas no acuden a este tipo de lugares y al visitar el Pitillal no se pudo constatar la existencia de lugares *LGBT friendly* como lo había comentado algunos residentes.

- 10) El precio de vivir en Puerto Vallarta y realizar prácticas turísticas es particularmente alto, los costos de una renta mensual por un departamento de una recámara o estudio, amueblado inicia en los \$8,000 pesos, sin embargo, si se requiere algo con aire acondicionado, vista al mar u otras amenidades, el precio por el mismo espacio llega a subir hasta \$50,000 pesos mensuales. La comida en restaurantes para turistas suele oscilar entre \$200 y \$500 pesos por platillo sin bebidas ni postre, mientras que en la misma zona un platillo similar, pero que es para residentes suele oscilar entre \$100 y \$180 pesos por platillo sin bebidas ni postre.
- 11) El factor tiempo es un elemento que destaca en la práctica del espacio, durante las mañanas, hasta antes de las 9 a. m., la zona parece ser habitada y practicada por residentes que salen a hacer compras o que llegan de otras colonias a trabajar para retirarse de la zona romántica después de las 7 de la noche, eso se observa en las paradas de camiones que se abarrotan después de esa hora. La mayoría de los turistas comienzan sus actividades después de las 9 a. m. (aproximadamente).
- 12) La vida nocturna es especialmente relevante, durante los fines de semana se aprecia la mezcla entre turistas y residentes de Puerto Vallarta, pero entre semana (lunes a jueves), la afluencia de residentes nacionales vallartenses es prácticamente escasa y/o nula.
- 13) La gentrificación del espacio es particularmente notable y en la actualidad puede ser ocupado por aquellas personas que puedan pagar un promedio de entre \$100,000 y \$600,000 dólares a cambio de casas o departamentos de entre 70 y 100 metros cuadrados. Dichos espacios, aunque no son habitados todo el año, suelen estar en renta en lugares como *Airbnb* y *MisterB&B*<sup>36</sup>, pero sobre todo son gestionados por agentes inmobiliarios que les ofrecen este servicio a dueños y turistas.

---

<sup>36</sup> “MisterB&B: la revolución de los viajes gay”. Es sitio web de viajes y redes sociales que ofrece alojamiento (corto plazo) alquilado principalmente a hombres gay, inició operaciones desde 2013. Cuenta con una app y ofrecen: “Tranquilidad (seguro y asistencia 24/7); Sé tú mismo (viaja con seguridad y obtén consejos de anfitriones gays; Apoya a la comunidad (Ayuda a organizaciones LGBT sin fines de lucro con cada reserva”. Recuperado el 15 de agosto de 2017. <https://www.misterbandb.com/es>



## **Ajustes al plan de investigación a partir de la investigación etnográfica en el espacio turístico durante septiembre 2017- enero 2018**

Después de la inmersión etnográfica, los aprendizajes obtenidos y los nuevos retos identificados en campo permitieron replantear algunos elementos del diseño teórico-metodológico de la investigación. Así, se logró una (de) construcción del marco teórico-metodológico derivado del acercamiento etnográfico con el objeto de estudio: dentro del marco teórico se optó por agregar la teoría de los capitales (Bourdieu) que logra un complemento de lo explicado previamente a la luz de la teoría de capital social de Portes. También se decidió abordar teóricamente el cuerpo en tanto *a hexis corporal* (Bourdieu); dentro del marco metodológico se decidió abordar las relaciones y clases sociales dentro del espacio a través del método cualitativo tomando como base elementos de orden cuantitativo del modelo de Solís.

Se logró un mayor y mejor conocimiento sobre la configuración del espacio con base en el orden socioeconómico, replanteando el análisis hacia el tejido del espacio con el "hilo económico" de la zona romántica, mediante cuestionamientos como ¿qué da sustento a la vida cotidiana desde y en lo socioeconómico? Se buscó así responder a la pregunta por los capitales que, enfatizando la dimensión económica, entran en juego en las relaciones de actores como el empleado, el empresario y el turista que configuran el espacio en tanto destino turístico a través de prácticas sociales/turísticas específicas.

A su vez, se estableció y fortaleció la red de relaciones establecidas en la etnografía con actores dominantes (Bourdieu) en la configuración de PV como espacio turístico *LGBT friendly*; se me invitó a formar parte de la Asociación de Comercios y Turismo LGBT AC; se logró acceso y apoyo del Colectivo Vallarta LGBT a través de su dirigente (Héctor Ramírez) y se hizo un acercamiento con instituciones de gobierno como el Ayuntamiento municipal, la Secretaría de Turismo y el Fondo de Turismo municipal.

Derivado de la extensión de la estancia etnográfica en Puerto Vallarta, de 3 a 15 meses, se ha logrado estrechar las relaciones sociales con la comunidad y se han visibilizado prácticas y relaciones de poder que no se tenían contempladas en el estudio, aunado a que el

proceso de construcción de los datos se vio incrementado, al contar con el acceso a información que poseen empresas y asociaciones de la comunidad vallartense LGBT+.

### **Entrevistas etnográficas audiograbadas (clasificación y análisis descriptivo)**

Como se estableció en la metodología previamente presentada, el trabajo de campo incluyó la clasificación de los actores que participan en la configuración de Puerto Vallarta como un espacio turístico *LGBT friendly*, los cuales se denominan como: TREAG por la primer letra de los actores participantes: Turistas, Residentes, Empresarios, Asociaciones y Gobierno; el orden presentado no determina o caracteriza la importancia de los actores en la configuración del espacio, es únicamente una clasificación realizada por el investigador. Cada uno de los actores ha sido caracterizado en apartados previos (pp. 108-110) y están representados en un corpus de 15 entrevistas etnográficas que siguieron un guion de entrevista el cual condujo la conversación, pero no limitó a los actores para que expresaran otras inquietudes respecto al espacio y la comunidad LGBT+ en la zona romántica de Puerto Vallarta.

### **Guion de entrevista**

Como primer punto, se iniciaba con la presentación del investigador y la explicación sobre el tipo de entrevista que se llevaba a cabo y el fin con el que se se realizaba. Siempre se buscó tener encuentros o entrevistas previas para generar confianza con el/la entrevistadax.

Posteriormente se procedía a la presentación del entrevistado: "*Jorge*, nos puedes ayudar con una auto-presentación... ¿Cómo te llamas, cuántos años tienes y cuántos de esos años tienes viviendo en Puerto Vallarta, a qué te dedicas, etcétera..." Dependiendo del tipo de actor cambiaban algunos detalles en su discurso introductorio.

Finalmente se daba paso a las preguntas detonadoras según los ejes y temáticas a tratar, buscando profundizar en la relación eje/actor teniendo como ejes el espacio, las prácticas y las relaciones; mientras que los actores se distinguieron en gobierno, residente local, residente temporal, empresarios, asociaciones y turistas. A continuación, se presentan las temáticas a tratar para cada uno de los ejes y actores.

## Ejes

- a) Espacio: significación/apropiación; turismo; espacio *LGBT friendly*; lugares de convivencia (bares, restaurantes, playa(s); permisividad/límites; "progreso" urbanización territorio.
- b) Prácticas: turísticas/cotidianas; tipo: afectivas, amorosas, sexuales, económica; convivencia local-turista-turista LGBT+;
- c) Relaciones: convivencia(s) entre locales, turistas, residentes temporales, empresarios; roles de trabajo (trayectorias), ingresos, propinas, jornadas laborales; capitales (social, cultural, económico).

## Actores

- a) Gobierno: construcción de PV como escenario político o promotor de DDHH LGBT+
  - 1. ¿Qué es Puerto Vallarta para un político como usted, cuando se promueven los Derechos Humanos de la comunidad LGBT+?
  - 2. ¿Qué ofrece Puerto Vallarta para los turistas?
  - 3. ¿Se ofrece algo en particular al turista LGBT+?
  - 4. ¿Qué se hace desde Puerto Vallarta desde el mundo político en defensa de los DDHD LGBT+?
  - 5. ¿Cómo participa el gobierno municipal en la construcción de un espacio que promueve los DDHH LGBT+?
  - 6. ¿Qué piensa de que Puerto Vallarta forme parte de uno de los 8 destinos turísticos *LGBT friendly* de México?
  - 7. ¿Hay límites en la ciudad para definir la parte *gay friendly*, es decir, zonas o áreas que podríamos considerarlas como tal?
  
- b) Residente local
  - 1. Platíqueme... ¿qué significa para usted vivir en Puerto Vallarta?

2. ¿Qué opinas de que la zona romántica se haya convertido en un destino que atrae a miles de turistas al año? Indagar su postura sobre las prácticas de los turistas LGBT+.
3. ¿Qué piensa del progreso en su ciudad, grandes edificios, más lugares de esparcimiento, urbanización?
4. ¿Podría platicarme qué es lo que hace durante un día normal de la semana y su(s) día(s) de descanso?

c) Residente temporal

1. Platíqueme... ¿por qué vivir en Puerto Vallarta una parte del año y dejar su casa por el tiempo que pasa aquí?
2. ¿Qué opina de la evolución de la zona romántica, que pasa de pequeño pueblo a una de las grandes atracciones de Puerto Vallarta? Indagar su postura sobre las prácticas de los turistas LGBT+.
3. ¿Podría platicarme qué es lo que hace en PV durante su estancia, digamos... lo que harías normalmente un día de su estancia?
4. ¿Qué le gusta más y qué menos de vivir en la zona romántica de PV, cuando lo compara con su ciudad de procedencia?

d) Empresarios: construcción de PV como escenario empresarial o promotor de DDHH LGBT+

1. ¿Qué es Puerto Vallarta para un empresario cuando se promueven los Derechos Humanos de la comunidad LGBT+?
2. ¿Qué ofrece Puerto Vallarta para los turistas?
3. ¿Se ofrece algo en particular al turista LGBT+?
4. ¿Qué se hace desde Puerto Vallarta desde el mundo empresarial en defensa de los DDHH LGBT+?
5. ¿Cómo participa ACT LGBT en la construcción de un espacio que promueve los DDHH LGBT+?

6. Podría platicarme, ¿cómo le ha hecho para tener un negocio que atiende a personas LGBT+, es decir, ¿cómo surge la idea, ha tenidos problemas con este tipo de turistas?
  7. ¿Cómo es su relación con el gobierno en cuánto a límites y permisos, así como con las diferentes asociaciones con las que se relaciona su negocio?
- e) Asociaciones: construcción de PV como escenario político o promotor de DDHH LGBT+
1. ¿Podría compartirnos qué hace la asociación a la que pertenece con respecto al mundo LGBT+ en Puerto Vallarta?
  2. ¿La asociación a la que pertenece hace algo en particular por la zona romántica?
  3. ¿Qué piensa de que Puerto Vallarta forme parte de uno de los 8 destinos turísticos *LGBT friendly* de México?
  4. ¿Hay límites para la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta?
- f) Turistas
1. ¿Qué hace en Puerto Vallarta? ¿Por qué?
  2. ¿Por qué visitar Puerto Vallarta y en particular la zona romántica, desde cuándo lo hace?
  3. ¿Cómo describiría Puerto Vallarta a otras personas que no lo conocen?
  4. ¿Qué es lo que más le gusta de vacacionar en la zona romántica de PV y qué es lo que menos le gusta?

### **Categorización y análisis de las entrevistas**

El proceso de análisis de las entrevistas requirió de un proceso de ordenación, codificación, categorización y comparación. El proceso se realizó acudiendo a las entrevistas realizadas a cada sujeto, lo que permitió terminar de construir la propuesta de los actores, es decir, cada entrevista realizada a los sujetos se enfocó principalmente en su actuación y participación en la configuración del espacio en tanto a gobierno, residentes, empresarios, asociaciones y

turistas. Los entrevistados dieron cuenta de su vida cotidiana en la zona romántica de Puerto Vallarta, sin embargo, cabe aclarar que aunque se presenta el análisis de un corpus de tres entrevistas por actor construido, en el análisis de los capítulos empíricos se complejiza con la recuperación de las notas de campo y las conversaciones etnográficas, la información documental y el resto de materiales que se fueron construyendo y recabando entre marzo de 2015 y abril de 2018.

### Gobierno

Entrevistas realizadas al actor: Gobierno (Instancias de gobierno)

1. Presidente municipal de Puerto Vallarta.
2. Secretario de turismo de Puerto Vallarta.
3. Empleados de la Oficina de Igualdad de Género establecida en 2017 por el gobierno municipal en la zona romántica para atender al turista LGBT+. <sup>37</sup>

Las instituciones de gobierno (IG) tienen claro que el espacio gay es una zona y de ahí no pasa. Si bien en su discurso prevalece el que este espacio no se circunscribe a la zona romántica, aseguran que el espacio de concentración y entretenimiento es pasando el río y por lo tanto se necesitan oficinas especiales para la atención de la comunidad "normal" y la LGBT+. También sostienen que tanto la infraestructura creada por empresarios, como el incremento de conectividad aérea, han hecho que PV sea un éxito, aunque consideran que están llegando al límite de sus capacidades en cuanto a servicios ofrecidos, tales como limpieza, electricidad, agua, etc.

Como IG lo que buscan es que tanto turistas y residentes se diviertan, pero también que se cuiden ante los riesgos de estafas inmobiliarias, prácticas sexuales sin protección y marcos legales de actuación. Ofrecen capacitación en cuanto a enfermedades de transmisión sexual y cursos para mejorar sus niveles profesionales.

---

<sup>37</sup> Esta entrevista estaba planeada para realizarse únicamente con el encargado de la Oficina de Igualdad de Género, sin embargo, a la hora en que llegué a la entrevista, decidieron que tres personas que estaban en la oficina participarían en la misma.

Las tres instancias entrevistadas desconocen al denominado turista LGBT, pero aseguran que derrama dinero y, por lo tanto, deben ser cuidados. Además, ceden el control sobre la configuración del espacio a los empresarios, ofreciéndoles las facilidades necesarias para continuar atrayendo a turistas de esta comunidad.

Las IG mantienen relaciones con turistas, residentes, empresarios y asociaciones, y aunque dicen no poder apoyarlos económicamente debido al limitado presupuesto municipal, como gobierno piden donativos para mantener y realizar cambios en la ciudad. El poder que le transfieren a los empresarios es evidente, y lo justifican argumentando que es este grupo quien ha cambiado Puerto Vallarta.

### Residentes en Puerto Vallarta

Entrevistas realizadas al actor: Residentes

1. Tía Pera (así es conocida en la zona romántica), vive en PV desde siempre y en ZR desde hace 23 años, defiende el uso del espacio por turistas y residentes LGBT+ que viven en confrontación con vecinos por dicha situación, además tiene un puesto de tacos en la zona romántica, frecuentado por la comunidad LGBT+.
2. Mario, reside en Puerto Vallarta desde hace más de 1 año, presta su servicio social como médico y en promedio, 6 de 7 días a la semana usa la infraestructura creada en ZR para la comunidad LGBT+.
3. Edgar, conoce zona romántica desde hace 10 años y reside en ella desde hace 5 años, ha visto la transformación territorial y señala tensiones encontradas en la comunidad LGBT+ desde entonces.

Los residentes de Puerto Vallarta, aseguran que el espacio ha sido construido con base en una comunidad gay que se ha fortalecido con infraestructura, es decir, construcción de bares, hoteles especializados, clubes de playa, restaurantes. Mencionan que antes de ser un área de concentración que prevalece después del río Cuale, empezó en el centro de PV con dos bares *Piano Bar* y *Balcones*. Se le consideró zona romántica por ser una zona bohemia con pequeños bares y donde los turistas acostumbraban visitar galerías de arte, aunque la

vida gay ya se hacía presente, la realidad es que no se visibilizaba tanto. Lo que hace especial el espacio desde su perspectiva es el territorio con montañas, playa, clima cálido pero lo que lo hace único es la calidez de la gente, su amabilidad y que resulta un ambiente agradable para los gays, es un lugar de libertad, de desfogue y de hacer sueños realidad, sin embargo, también aseguran que hay vecinos que discriminan a los gay, travestis y trans, con palabras altisonantes, incluso les han arrojando piedras, botellas, ya que sienten que es un espacio que debería ser familiar. El despojo del espacio se ha dado a través de la compra de propiedades que han destruido para construir condominios, incluso han presionado a residentes para que les vendan sus propiedades. Al construir esos condominios han logrado que el pueblo empiece a perder su encanto como pueblo mágico para convertirse en algo que puede ser un pueblo fantasma, pues la mayoría de los que están comprando los departamentos los habitarán por algunos meses y buscarán rentarlos por el resto del tiempo.

En cuanto a las prácticas, dos de los entrevistados coinciden en el uso de bares, citas con hombres, visita y diversión en los bares, discotecas, incluso aseguran que usan drogas como anfetaminas y *poppers* (ácidos). Las prácticas difieren respecto a lo que hacen los turistas, en particular, porque en la vida cotidiana tienen que trabajar y después si no están cansados hacer uso del espacio. Pero se tiene todo tipo de opciones, prácticas sexuales se pueden conseguir fácilmente con aplicaciones o en lugares como saunas (*Spartacus*) y hoteles como *Mercurio* y *Piñata*, en los cuales se puede andar incluso desnudo y tener actos sexuales de todo tipo, incluyendo orgías. Aunque se defienden los DH de los gays, piden respeto por las prácticas sexuales que pueden darse en público, es decir, que respeten para ser respetados, en otras palabras, prácticas amorosas o afectivas, pero sexuales no en público. Algo común que sucede en el espacio es que señores mayores buscan tener relaciones sexuales y/o amorosas con hombres muy jóvenes, en la mayoría de los casos a cambio de dinero (cenas, pago de bebidas, de renta de vivienda, etc.). El sexoservicio es algo que abunda en la zona, incluyen principalmente hombres que en muchas ocasiones ni siquiera se consideran gay.

En cuanto a las relaciones que se construyen y configuran en el espacio, la primera que aparece es la laboral, entre residentes que ofrecen sueldo pero incluso basados en



propinas (mayor ingreso), la convivencia entre residentes y turistas es amigable porque la gente "se acostumbró y saben que dependen del turismo gay", sin embargo, algunos residentes aun se resisten a la idea de un espacio de convivencia con la comunidad LGBT+, porque los ven como "personas anormales". Generalmente han notado que quien más problemas suele tener con los turistas, son los residentes policías o sexoservidores que pueden robar o asaltarlos cuando están alcoholizados o drogados. Muchas relaciones entre turistas y residentes se dan por el contacto que tienen los hombres al iniciar contactos en citas de amor o sexuales que pueden terminar en sexo y/o relación amorosa. El gobierno apoya a la comunidad dando permisos para bares y lugares LGBT+, pero también si tienen problemas con vecinos ruidosos.

Los otros que resaltan son los masajistas, *gogos* y/o *scorts*, que terminan siendo sexo servidores y que son visibilizados en el espacio a comparación de otros lugares de Puerto Vallarta y Nuevo Vallarta.

La tecnología que usan a través de los celulares se materializa en redes sociales, como *Facebook*, *Grindr* e *Instagram*, a través de las cuales se dan cuenta de lo que sucede en la comunidad. Debido a las publicaciones en estas redes, mencionan que se puede encontrar desde prácticas sexuales concertadas por esos medios, hasta promoción de Vallarta, o relaciones amorosas e incluso darse cuenta de situaciones como suicidios que se han dado en la zona.

El turista es respetado porque derrama flujos de efectivo; lo que es un foco de atención para los policías y taxistas abusivos. Los símbolos que representan a la comunidad gay generalmente son la bandera gay y los colores de la misma que se materializan en otros objetos como globos.

### Empresarios en la Zona Romántica de Puerto Vallarta

Entrevistas realizadas al actor: Empresarios

1. Empresario mexicano que posee una Villa (hotel boutique) que atiende el mercado LGBT+, aunque no lo hace de manera especializada, sino que los recibe de manera

abierta y amablemente, "*friendly*", pero tan amigable como lo es con el sector de turistas heterosexuales u otros.

2. Empresario estadounidense que tiene hotel de lujo, restaurante, gimnasio y club de alberca, todo especializado para el segmento LGBT+, aunque también reciben a probables turistas heterosexuales y sus familias, pero sin niños.
3. Empresario mexicano que posee tres bares y un club de desnudistas, todos están enfocados al segmento LGBT+ y en el club de desnudistas se prohíbe el acceso a mujeres.

Los empresarios entrevistados fueron los primeros en reconocer la importancia del espacio turístico *gay/LGBT friendly*, haciendo énfasis en que no son los primeros en "picar o poner piedra" en el espacio, ya que fue alrededor de 1950 cuando aparecieron las primeras manifestaciones de espacio ocupado por turistas/residentes gays, sostienen que la playa Los Muertos ha sido un punto clave para este tipo de turismo, resaltando el hotel Blue chairs como el primer hotel gay en la zona, además de reconocer que los primeros bares gays estuvieron en el centro de Puerto Vallarta y no en la zona romántica (*Bar Balcones* y *Piano Bar*). Afirman que si bien la zona se ha conquistado y ha pasado de ser una zona hedionda, despreciada e incluso menospreciada a una zona con alta plusvalía y en crecimiento en donde comprar o rentar un terreno o propiedad es bastante caro. El espacio ha sido "pre construido" por otros y se ha convertido en zona gay por la demanda surgida y porque muchos empresarios, incluyendo a los entrevistados, han visto en el "mercado LGBT" una gran oportunidad de negocio por la derrama económica que generan. Reconocen que no es lo mismo ser gay y operar un lugar gay (bar, restaurant, hotel, etc.) a no ser gay y operarlo, dicen que el clima y sensibilidad al ser operado y de dueños gays los diferencia, pues conocen "al mercado". La infraestructura en el espacio es necesaria: bares, restaurantes, playas, centros de entretenimiento, hoteles, todos con aceptación y enfocados al hombre gay. La zona romántica, también denominada zona gay o *gayborhood*, es lo que es: zona de igualdad de derechos, donde a todos se les respeta e incluye, sin importar orientación sexual o género, sin embargo, coinciden en que aunque no existe un límite "oficial", es claro que los puentes

del río Cuale dividen la zona gay, aun cuando en el resto de Puerto Vallarta (cines, centros comerciales, supermercados) no se sea discriminado si no se demuestran prácticas "irrespetuosas". En el espacio se permite la coexistencia y visibilidad de todxs haciendo énfasis en que el pasado costó mucho trabajo el que les permitieran usar el espacio público para realizar marchas y manifestaciones públicas LGBT+ como el *Pride*, e incluso hubo una época alrededor de los años 2000-2006, en el que la policía estaba presente en la zona romántica y playa Los Muertos para revisar que los gays no cometieran "faltas a la moral". Se ha establecido una zona clara de bares y antros, en donde se puede observar a toda la comunidad LGBT+ conviviendo. Resulta claro que la zona romántica busca conservar su encanto como pueblo y meca gay, sin la necesidad de traer bares o restaurantes de franquicias, sino únicos y originales de México. Se han hecho intentos de atraer a las lesbianas, sin embargo, a pesar de los esfuerzos realizados no lo han logrado, aunque creen que no es un buen mercado porque no derraman dinero, creen que deben estar insertas en la comunidad turística LGBT+ de Vallarta. La zona romántica es un espacio que se está convirtiendo en vivienda temporal de 4-6 meses para jubilados estadounidenses y canadienses. El éxito de Puerto Vallarta en particular la zona romántica, es que todos (empresarios) se han aliado para convertir al destino que no es perfecto, pero sí es un lugar seguro, incluso considerado como "santuario".

En cuanto a las prácticas de los empresarios, destacan que su labor va desde educar a sus empleados hasta negociar con el gobierno para que atienda las necesidades de sus clientes en Puerto Vallarta. Buscan educar y compartir con sus empleados en que todxs son bienvenidos y se les debe tratar con calidad, respeto y evitar juzgarlos o discriminarlos por su orientación sexual o prácticas que realizan en sus instalaciones ya que son seres humanos y al tratarlos bien, el impacto en sus negocios es positivo. Sugieren que la comunidad LGBT+ sale de las normas establecidas por la sociedad heterosexual en Puerto Vallarta, en particular en la zona romántica y playa Los Muertos, al manifestar muestras de cariño como caricias, besos, tomarse de las manos e incluso tener sexo con personas que puede ser que no conocen pero que invitan a sus habitaciones o a lugares habilitados para tener contactos sexuales, algunos lugares pueden ser los espacios públicos dentro de los hoteles que permiten el sexo

en público. En algunos establecimientos de los empresarios es normal que la ropa sea opcional y los turistas puedan estar desnudos. Su labor como dueños de negocios consiste en buscar los permisos y la forma en la que los negocios operen para que el turista LGBT pueda disfrutar y pasarla bien sin sentirse discriminado como en sus lugares de origen u otros destinos. Cuando se habla de hotel o villa, ofrecen la experiencia de una estancia en la que pueden sentirse seguros, aceptados y no discriminados, en algunos hoteles la ropa será opcional y las prácticas sexuales como tocarse o tener sexo son reguladas dependiendo del establecimiento, algunos lo permiten en público, la mayoría no. Referente a los bares ofertan el servicio de entretenimiento de música y alcohol, destacando que la venta de drogas por parte de los *dealers* no se hace en sus instalaciones. En particular, el bar de *strippers* o desnudistas, ofrece poder ver cuerpos desnudos y platicar con los bailarines cuando tienen poca ropa, les pueden pagar bailes privados y bebidas para que se queden a platicar o únicamente pueden ver el espectáculo, consumir bebidas y si les agrada, dejar propinas. Como empresarios, apoyan a la comunidad vallartense a través de donativos a diferentes asociaciones que buscan diferentes objetivos, como luchar contra el VIH y la transmisión de ETS (SETAC); crecimiento y desarrollo de negocios orientados al sector LGBT+ (ACT LGBT); remodelación, adecuación y mantenimiento de zona romántica, la zona de Amapas y Conchas Chinas (ANA), entre otras.

En cuanto a las relaciones que establecen con otros actores, destaca que la mayoría de los empresarios que ofertan servicios o productos para la comunidad LGBT+ en la zona romántica se agruparon en una asociación denominada ACT LGBT, lo anterior con el fin de unir fuerzas y hacer pedidos y reclamos al gobierno, movimiento que pareció favorecerles hasta el momento. Existe una tensión real entre los mismos empresarios de la Asociación por los objetivos que la misma debería perseguir y los que está siguiendo a través de su consejo. También denotan una tensión entre hoteleros que son y operan establecimientos LGBT o *LGBT friendly* y los hoteleros que no son de la comunidad LGBT+, pues dicen no entender a la comunidad que le venden sus servicios. Otra relación observada es la que se establece entre cada empresario y la Asociación de Vecinos de Amapas (ANA por sus siglas en inglés), la cual ayuda a realizar gestiones como bacheo, desazolve de alcantarilladas, llamado y atención más

rápida al personal de seguridad pública de la ciudad. Las relaciones laborales que mantienen con sus empleados suelen estar en tensión cuando los empleados no realizan sus labores asignadas, prácticamente todos manifiestan pagarles sus sueldos más las propinas que reciben, excepto en el caso de los *strippers* a los cuales se les presta el escenario a cambio de que ingresen a un tabulador que tiene su base en la cantidad de bebidas y bailes privados que les pagan los clientes, si no cumplen con el tabulador (venta de bebidas o bailes privados) acordado, no pueden utilizar el escenario (regadera y/o tubo) para bailar. La tensión principal en la zona se da con los policías que vigilan zona romántica, pues manifiestan que no están capacitados y que incluso llegan a amedrentar, ultrajar, robar y golpear algunos de los turistas, situación que ha sido reportada en constantes ocasiones con el presidente municipal y su secretario de seguridad pública, la anterior situación también sucede con los taxistas. La relación con SETAC<sup>38</sup> se ha visto fortalecida en los últimos años, derivado del incremento de casos de VIH y enfermedades de transmisión sexual que se han detectado en diferentes organismos de salud pública y en 2018, estuvieron buscando lanzar un programa piloto que buscara atenuar los contagios de VIH, a través del PrEP<sup>39</sup>, el programa está apoyado por la asociación civil y los empresarios, pues aseguran que sus clientes (turistas) además de traer derrama económica, también traen enfermedades como el VIH y los trabajadorxs sexuales no tienen acceso para comprar este medicamento preventivo.

Es importante destacar que la certificación<sup>40</sup> parece ayudar a dar una etiqueta al establecimiento de que al turista LGBT+ no se le discriminará y se le atenderá como al resto de los clientes sin importar su orientación sexual o de género, algunos dueños LGBT+ manifestaron no necesitar la certificación pues al ser gays, ellos saben atender a la comunidad.

Destaca la aparición de miembros de la familia inmediata como vínculos de soporte en dos de las narrativas recuperadas de los empresarios, pues se convierte en una fuente de

---

<sup>38</sup> SETAC es una organización dedicada a erradicar los casos de VIH e infecciones de transmisión sexual en la región.

<sup>39</sup> Profilaxis preexposición, es la administración de fármacos antirretrovirales para no contagiarse de VIH cuando no se tiene el virus y existe un alto riesgo de contraer una infección por VIH.

<sup>40</sup> Certificación otorgada por el gobierno federal a través de la empresa privada Talento Consultores a establecimientos *LGBT friendly*, bajo el título de "Establecimiento Acreditado Turismo LGBT".

recursos que les ha permitido financiarse, o incluso como apoyo en el negocio, apoyo que puede ser literal (trabajar en el negocio) o simbólico, de aprobación de las actividades del negocio.

Los relatos de los empresarios están constantemente conformados por la presencia de una otredad desde la que se contrasta su propio discurso. En este caso, esos “otros” son los jóvenes, el personal que labora; lugares no gays o anti LGBT+; la competencia de destinos turísticos LGBT+; lesbianas (por ser un mercado que no genera ingresos, pero que se le ha intentado generar un espacio). Quienes no aparecen son los bisexuales y transexuales, al igual que quienes no son ni heterosexuales ni LGBT.

Un elemento que aparece de forma repetida es la tecnología, la cual podría dividirse en relación a tres funciones: 1) para reservar hospedaje o servicios (a través de aplicaciones/*apps* o sitios webs, en los cuales se promocionan los negocios para que los clientes accedan por estos medios); 2) para encontrar relaciones amorosas (hay quien dice estar buscando más que sexo en las *apps*) y la más frecuente, 3) para encontrar pareja momentánea para tener sexo, ya sea pagado o sin pagarlo (en aplicaciones como *Grindr*, *Tinder*, y *Scruff* que en su momento tuvieron predecesoras como *AOL chatrooms*, y *Manhunt*).

La bandera con los colores del arcoiris que distingue a la comunidad gay sirve como símbolo para distinguir los establecimientos y decir que atienden a la comunidad gay.

Finalmente, los empresarios logran segmentar a sus clientes turistas en tres sentidos: 1) por edad o generación (jóvenes 20-30, 30-55, >55); 2) origen (Estados Unidos, Canadá, sudamericanos y europeos); 3) tipo de acompañantes (solos, amigos, familia).

### Asociaciones en Puerto Vallarta

Entrevistas realizadas al actor: Asociaciones

1. ACT LGBT AC, agrupa al 90% de los empresarios que atienden a turistas y residentes LGBT en bares, restaurantes, hoteles, servicios de masajes, médicos, etc.
2. SETAC AC, asociación que busca erradicar y controlar la transmisión de ETS, en particular VIH.

3. COLECTIVO LGBT, congrega a la comunidad de residentes LGBT+ en Puerto Vallarta, alrededor de 600 integrantes.

Las asociaciones son un actor que ha aparecido en el espacio, para procurar beneficios a los vallartenses principalmente, aunque en realidad podría decirse que a los residentes, pues hay población flotante, turistas, entre otros. En Puerto Vallarta, la infraestructura en bares, restaurantes y lugares de entretenimiento sexual ha atraído a turistas nacionales, extranjeros e incluso población flotante que ha incrementado la derrama económica, pero con ello ha aumentado también la necesidad de mejorar los servicios en atención médica, atención de DDHH para evitar la discriminación y vigilar los derechos de la comunidad LGBT+, como el acceso al matrimonio, adopción y desde el lado empresarial, la necesidad de seguir promocionando al destino y profesionalizando a los trabajadores y a las empresas. El espacio LGBT+ en PV no es únicamente la zona romántica, para ellos, ese es el lugar de concentración de la diversión, sin embargo, saben que la atención a las necesidades de la comunidad se encuentra en todo Vallarta. El espacio ha permitido la convivencia entre turistas, residentes, gobierno, empresarios y asociaciones que buscan crear una comunidad que procura los derechos LGBT+. En la narrativa de los miembros de las asociaciones figura la colonia "El Pitillal", una zona popular donde se estima que vive más del 90% de los vallartenses LGBT+.

Los integrantes de las asociaciones observan que las prácticas de los turistas y los residentes LGBT+ tienen similitudes, como el uso del espacio gay zona romántica para divertirse al conocer gente, sentirse libres de ser de la comunidad LGBT+, tener sexo, tomar alcohol, salir a pasear, drogarse, platicar con los amigos, ir a la playa y lo descrito en los actores turistas y residentes, sin embargo, las diferencias se encuentran en algunas situaciones: 1) en prácticas sexuales, los residentes y turistas nacionales no suelen tener hábitos de prevención, como el tratamiento PrEP en países como Estados Unidos y Canadá, que aun es de difícil acceso en México y que próximamente se lanzará como programa piloto para algunas personas, en particular, aquellas que prestan sexo servicio. 2) Las prácticas de discriminación se arraigan en la cultura hegemónica heteronormada, sin embargo, al

emprender acciones como discriminar a la comunidad desde un micrófono de *Drag Queen*, como lo han hecho quienes desde estas posiciones de animadoras atacan a miembros de la comunidad LGBT+ por ser "pasivas", "gordas", "morenas", etc., no se diferencian entre turistas y residentes, es decir, hay personas que viven en PV y trabajan en los espectáculos nocturnos, como también existen quienes vienen de Estados Unidos y Canadá a presentarse.

Como asociaciones también gestionan el mejoramiento del territorio en la reparación de las calles y zonas marginadas, lucha por los derechos humanos ante el cabildo en PV, y colaboran con en la búsqueda de tratamiento contra ITS en la comunidad LGBT+.

Las relaciones gestionadas con las asociaciones son múltiples, sostienen acuerdos con el gobierno para poder operar y para que los apoyen con recursos económicos, sin embargo, lo que generalmente obtienen es la aprobación de proyectos y permisos; con los empresarios buscan el apoyo económico para financiar actividades y servicios, situación que se da de manera regular, en particular con los empresarios que atienden el sector LGBT+ en PV, ya que con los empresarios que no atienden directamente al sector se presenta una situación de discriminación. El *Pride* es un evento que logra reunir a todas las asociaciones, empresarios, gobierno, turistas y residentes para la defensa y búsqueda de DDHH, además de afianzar los derechos ya reconocidos.

La certificación de lugares y/o destinos LGBT es de importancia para ellos para garantizar que los residentes y/o turistas extranjeros no sean discriminados por su orientación sexual o de género.

Aseguran que un medio para contactar a sus integrantes son las redes sociales y de comunicación, tales como Grindr, Whatsapp, entre otras.

### Turistas en Puerto Vallarta

Entrevistas realizadas al actor: Turistas

1. Argentino, que visita por primera vez Puerto Vallarta, se hospeda en hotel por una semana, 28 años.
2. Londinense, visita por primera vez PV, se hospeda en departamentos que renta mensualmente y se queda por tres meses, 40 años.



3. Canadiense, 14 años visitando PV, promedio de estancia de seis semanas, se hospeda en hotel y/o departamentos, 54 años.

Para los turistas, el espacio es algo fundamental en su decisión de tomar vacaciones en algún lugar, de Puerto Vallarta, resaltan el clima, las montañas, la playa. Sin embargo, lo que los hizo elegir por primera vez el destino e incluso los hizo o hará regresar es el trato que tienen hacia la comunidad LGBT+, en especial, con los hombres gays, aseguran que son tratados con respeto, amabilidad, cariño y que a diferencia de algunos de sus hogares, en PV pueden ser "ellos mismos" sin tener miedo a expresar su sexualidad. Añaden que la infraestructura es algo que hace único a Vallarta comparado con otros destinos que pudieran ser gays, infraestructura construida para interactuar, como clubes de playa, bares, lugares de encuentros sexuales y restaurantes especializados en no discriminar y ser más abiertos para poder expresar sus muestras de cariño. Destacan que las opciones de hospedaje varían desde hoteles gays a hospedaje "familiar" que puede encontrarse fácilmente en buscadores de internet; otra opción, para quienes deciden quedarse por más de una semana, es rentar condominios o departamentos a través de inmobiliarias, los cuales, dependiendo de su equipamiento, ubicación y vista, podrían costar de \$1,000 a \$3,800 dólares americanos al mes, incluso pueden hacerlo por *Airbnb*. La inquietud por el lugar y la decisión de visitarlo se basaron en búsquedas en internet acerca del respeto hacia los gays.

Las prácticas que realizan en PV particularmente en zona romántica son: 1) afectivas, la comunidad LGBT+ puede salir de la mano sin tener que preocuparse, pueden darse abrazos sin tener miedo por el qué dirán o las reacciones, pueden caminar en las calles como "cualquier otro", reír, andar en grupos de amigxs, incluso si son "afeminados"; 2) amorosas, se besan, se tocan, se acarician en todo el espacio, no tienen que esperar el llegar a una habitación para hacerlo, lo pueden hacer en la playa, bares, restaurantes, incluso besarse prolongadamente sin temor a las reacciones; 3) de derrama económica y/o entretenimiento, como hospedarse en hoteles gays o con amigos, incluso fuera de la zona romántica pero sabiendo que puede disfrutar de la zona al regresar, ir a restaurantes que califican como bonitos, ver espectáculos de *Drag Queens* o travestis, ver hombres bailar y/o desnudarse en

clubes nudistas; recibir masajes, ir al gimnasio para ejercitarse y/o conocer gente; ir a la playa o disfrutar de los clubes de playa gay en playa Los Muertos; 4) tener sexo con turistas y/o residentes en sus lugares de hospedaje, pero también en lugares como saunas, en los clubes de playa, en público en lugares privados como hoteles, incluso reconocen que en algunos eventos de música como festivales tienen sexo mientras están en el lugar; tomar tours especializados para la comunidad LGBT+ o gay por el hecho de que pueden conocer gente e interactuar y sentirse libres en esos tours, en algunos de ellos pueden tener espacios de encuentros sexuales, en los clubes de *strippers* pueden tener prácticas sexuales en cuartos privados, como sexo oral hacia y de los *strippers*, hay masajes tántricos que incluyen al masajista desnudo y dependiendo del acuerdo, pago de "final feliz" o sexo completo.

Su encuentro con otros actores se da principalmente con residentes, al ser atendidos por ellos en las diferentes prácticas que sostienen, algunos encuentros con residentes son cenas y otras actividades cuando tienen o están forjando una relación de amistad y, con otros turistas que han conocido en vacaciones pasadas, incluso se ponen de acuerdo para verse y coincidir en Vallarta. Se han generado comunidades de turistas canadienses y estadounidenses, que se relacionan con residentes extranjeros (temporales o definitivos). En este marco de relaciones también destaca la presencia de relaciones *sugar daddy*<sup>41</sup>.

La tecnología (internet y *apps*) es básica para ellos, primero para buscar los destinos, después para buscar el hospedaje, y como herramienta importante para decidir acerca de restaurantes; sobre todo, usan *apps* como *Grindr* y *Scruff* para conocer gente, conseguir sexo, recibir consejos de lugares a visitar, hacer amigos e incluso buscar relaciones amorosas.

---

<sup>41</sup> Se dan cuando algún turista, generalmente extranjero, paga por la comida, bebida, y/o renta de jóvenes gays que viven en Vallarta, a cambio de relaciones amorosas y/o sexuales.

## Capítulo 5. Relaciones de poder en red: actores y capitales en el contexto turístico vallartense

---

En una sociedad como la nuestra, pero en el fondo en cualquier sociedad, relaciones de poder múltiples atraviesan, caracterizan, constituyen el cuerpo social; y estas relaciones de poder no pueden disociarse, ni establecerse, ni funcionar sin una producción, una acumulación, una circulación, un funcionamiento del discurso. No hay ejercicio de poder posible sin una cierta economía de los discursos de verdad que funcionen en, y a partir de esta pareja (Foucault, 1979:139).

La sociedad en Puerto Vallarta se ha visto enmarcada en diversos cambios sociales tras cien años de su configuración como ciudad, más de la mitad de esos cien años han sido testigos del fenómeno social llamado turismo, que modificó prácticas y espacios, pero, sobre todo, configuró nuevas relaciones de poder en el territorio, derivadas de relaciones de producción y significación que relaciona el turismo y la sexualidad a través de lo que hemos definido como turismo gay.

Como se pudo observar en el capítulo 3, Puerto Vallarta pasó de ser un pequeño pueblo pesquero y salinero hasta transformarse en un puerto turístico de relevancia nacional e internacional, lo que traería consigo modificaciones en las relaciones de los diferentes actores que configuraron el espacio en esas épocas, transformaciones que reflejan que el gobierno federal, el gobierno del estado de Jalisco, el municipal y los empresarios vallartenses serían los actores que establecerían las reglas del juego en el espacio turístico.

Décadas han pasado hasta llegar al 2019, que presenta para Puerto Vallarta un contexto espacio-temporal diferente que, como se ha explicado en capítulos previos, se ha convertido en un espacio socio-territorial que permite prácticas sociales a la comunidad LGBT+, de forma particular a los gays, que en otros contextos nacionales e internacionales no les son permitidas. Esos cambios son el resultado de la resistencia de la comunidad LGBT+ que se ha organizado y resiste a través de diferentes estrategias que llevan a cabo actores, como los empresarios y asociaciones, que han logrado articular discursos de verdad que configuran las relaciones de poder existentes en Puerto Vallarta.

En el presente capítulo se busca analizar las relaciones de poder económicas y políticas que entrelazan los diferentes actores que participan en la configuración de Puerto Vallarta como un destino turístico gay *friendly*. En este análisis se considera que las relaciones

de poder en el contexto turístico de Puerto Vallarta se sostienen por una red entre los distintos actores locales, estatales, nacionales e internacionales que intervienen en el territorio en disputa como espacio *LGBT friendly*. La suma y diferenciación de los capitales de los diversos actores ha (re)configurado las relaciones de poder en la zona romántica de la ciudad.

Para este análisis se toma como base las entrevistas y conversaciones sostenidas en el trabajo de campo en Puerto Vallarta, así como información recabada gracias a la participación del investigador como miembro de la comunidad vallartense. Esta participación permitió formar parte de organizaciones que liderean los actores que aparecen dentro del discurso que a continuación se presenta, las invitaciones recibidas fueron aceptadas como parte de la tarea etnográfica del investigador<sup>42</sup>.

### 5.1 Organización social, política y económica <sup>43</sup>

---

La organización social nos permite acercarnos al conocimiento de las diversas formas de reproducción social, de las características sociales de los actores que construyen el hecho cultural, sus características políticas y económicas (Guerrero, 2002:33).

La forma en la que se organiza la comunidad vallartense que busca la aceptación y respeto para el colectivo diverso, se ha hecho a través de integrantes de la comunidad LGBT+ que son sujetos de acción:

actores individuales, actores colectivos, organizaciones, instituciones y redes... que tienen capacidad relacional, donde el poder no es un atributo sino una relación asimétrica que tiene la posibilidad de poner entredicho el poder, a través de la resistencia (Castells, 2009:35).

En el caso de Puerto Vallarta, como en el de otras ciudades del mundo, el poder es un proceso fundamental de su sociedad que se ha definido en un contexto de valores e instituciones pilares del modelo sexual occidental, en donde lo que se ha valorado e institucionalizado ha sido definido por las relaciones de poder (Castells, 2009). El modelo

---

<sup>42</sup> El autor de esta tesis vivió en Puerto Vallarta desde septiembre de 2017 hasta octubre 2018. Durante ese tiempo se colaboró con dos asociaciones (ACT LGBT, SETAC). Los empresarios incluso solicitaron un estudio de impacto económico. Se han establecido lazos de amistad con residentes de la zona romántica y el acceso a instancias de gobierno fue otorgado a través de las relaciones previamente señaladas.

<sup>43</sup> La organización social: política y económica, entendida desde Guerrero (2002), fue plasmada en el guion de observación etnográfica, Anexo 1 de esta tesis. Se tomaron los elementos que se consideran más relevantes en la configuración del espacio vallartense.

sexual occidental dominante se ha caracterizado de acuerdo a Collignon (2010) por una relación sexo-afectiva establecida entre un hombre y una mujer (heterosexualidad), que se formaliza mediante un contrato social (matrimonio) con el fin de reproducción y con límites monogámicos. Este modelo sexual predominante hasta el siglo XXI ha presentado acciones de resistencia de lo que se ha denominado como “diversidad sexual”, concepto compuesto acuñado durante el siglo XXI que defiende prácticas que van en contra de la “normalidad sexual”. De acuerdo con Núñez (2011), la diversidad sexual puede ser entendida de tres formas diferentes:

1. Como eufemismo o forma "decente" para referirse públicamente a individuos o grupos estigmatizados con palabras consideradas vulgares;
2. Como término sombrilla para agrupar a esos individuos o grupos estigmatizados por sus prácticas sexuales o por su identidad sexo-genérica;
3. Para referirse a la otredad de la trilogía de prestigio "macho-masculino-heterosexual" (Núñez, 2011: 39).

En el caso de la sociedad vallartense como en casi en el resto de la sociedad mexicana, el modelo sexual predominante ha sido cuestionado, sin embargo, en el caso de Puerto Vallarta, particularmente en la zona romántica y de Amapas, la multiculturalidad ha permeado en la intersubjetividad de sus residentes y turistas y ha permitido establecer un proceso de resistencia contra el modelo sexual predominante mediante prácticas sexuales como prácticas de resistencia en el sentido político y social. En Puerto Vallarta, se ha abierto una trincheras de resistencia a favor de la diversidad sexual, particularmente para los gays, bajo la sombrilla de la actividad económica predominante, el turismo.

En términos de Foucault (1984), siempre tenemos de algún modo la posibilidad de cambiar las cosas, si no hubiera resistencia no habría relaciones de poder; éstas consisten en forzar la resistencia del otro en el sentido en que le interesa al que detenta el poder de algún modo en una situación determinada. En caso contrario todo se limitaría simplemente a una mera cuestión de disposición y obediencia (Foucault, 1984).

El mismo Foucault (1988) nos permite modelar las formas resistencia y los intentos para disociar las relaciones de poder que se establecen en diferentes ámbitos de la sociedad, estableciendo como base que no sólo se trata de luchas contra la autoridad sino que presentan seis características, que también han sido inherentes en el caso de la diversidad

sexual vallartense: 1. Son luchas transversales; no se limitan a los derechos humanos en México, sino que también acuden a instancias internacionales que incluso proporcionan la base jurídica para la defensa de la resistencia; 2. El objetivo de la lucha son los efectos del poder como tal; no se critica únicamente al modelo sexual predominante *per se*, si no por el poder que se ejerce en contra de los sujetos que forman parte de un colectivo con relaciones diferentes a las del orden heteronormado; 3. Es una lucha inmediata; se critica a las instancias de poder que son las más cercanas, es decir, que ejercen acción inmediata sobre los individuos, en el caso vallartense, en el gobierno municipal, por lo que se busca que las respuestas sean expeditas por parte de la alcaldía municipal; 4. Es una resistencia en contra del “estatus del individuo”: al mismo tiempo que defienden el derecho a ser diferentes como individuos, van en contra de la división de la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta y de la obligatoriedad de atar a un individuo a su identidad de forma constrictiva.

Los diversos actores que se analizan en este capítulo, están inmersos en estas relaciones de poder, las cuales son “atacadas” por las formas de poder ejercidas en la vida cotidiana de turistas y residentes gays que inicialmente son categorizados e identificados por sus preferencias sexo-genéricas, “atándolos a una ley de verdad que deben reconocer y que los otros deben reconocer en ellos, es una forma de poder que transforma a los individuos en sujetos... sometidos a través del control y la dependencia y sujeto a su propia identidad” (Foucault, 1988:7).

El poder en el caso vallartense no se focaliza en una institución social concreta, sin embargo, la dominación está institucionalizada en el Ayuntamiento de Puerto Vallarta que se le considera garante de la seguridad y calidad de vida de sus habitantes es a quien se le exige de forma inmediata los derechos humanos de la comunidad LGBT en el contexto turístico vallartense; aun cuando el poder es relacional entre diversos actores (turistas y residentes), gubernamentales, empresariales y asociaciones de orden civil que se articulan en una red que busca defender la conquista de un espacio turístico que respete e incluya a la comunidad LGBT+.

La lucha predominante en la zona romántica de Puerto Vallarta es por el respeto de los derechos humanos de la comunidad diversa, derechos que se ven vulnerados fuera de espacios turísticos y cuya lucha toma como bastión territorial un espacio multicultural (mexicanos y extranjeros, particularmente estadounidenses y canadienses) que buscan combatir la sumisión de la subjetividad de una comunidad mancillada por su orientación sexo-genérica.

En este apartado se analiza la participación de los actores a través de su organización sociopolítica que promueve un espacio turístico *gay friendly* en Puerto Vallarta, que se enfrentan a luchas de clases y de estructuras ideológicas respecto a la sexualidad “normal” que configuran las subjetividades de turistas y residentes derivado de las prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas de la diversidad sexual en el entorno vallartense. Cabe hacer mención, que se encontrarán dos apartados, uno que envuelve la organización sociopolítica vallartense a nivel local y otro, en el cual existen otros actores en el contexto estatal, nacional e internacional que influyen en la toma de decisiones y/o ejercicio del poder al configurar un territorio como un espacio configurado para ser amigables con el turismo gay.

## 5.2 Organización sociopolítica en la configuración del espacio turístico vallartense: actores en los contextos estatal, nacional e internacional

Antes de iniciar con el análisis de las relaciones de poder que han posibilitado la configuración de la zona romántica y de Amapas como un espacio turístico que “permite” el turismo gay es necesario establecer tres elementos en las relaciones de poder: 1) las relaciones de poder se encuentran arraigadas en el tejido social vallartense pero bajo un contexto global más amplio que sirve de paraguas en las acciones de los actores; 2) las relaciones de poder son complejas y no son únicamente entre la resistencia (comunidad diversa o diversidad sexual) y el gobierno como garante del Estado, sino que también existen luchas al interior de la misma comunidad LGBT+ y, 3) existen distintos dispositivos de poder que coadyuvan al ejercicio de poder en un contexto socio-espacial enmarcado en relaciones del turismo.

### 5.2.1 Actores en el contexto internacional

---

La Organización Mundial del Turismo (OMT) se ha posicionado respecto al turismo LGBT en su segundo Reporte Global sobre el Turismo LGBT 2017 bajo la siguiente premisa:

La gente LGBT es extremadamente diversa. Algunos podrán definirse así mismos como lesbianas, gays, bisexuales o transgéneros mientras que otros podría no hacerlo. Sin embargo, esta investigación (el reporte) ha demostrado que cuando los destinos y negocios de viajes (igual que en otras áreas) han llevado a cabo acciones de mercadotecnia enfocadas a los consumidores LGBT que son respaldadas con buenas prácticas hacia ellos en tanto a recursos humanos y responsabilidad social corporativa, este grupo responde con un incremento de reconocimiento de sus marcas y lealtad hacia las mismas (OMT, 2017: 14),

La postura de la OMT respecto al turismo LGBT está respaldada en el ejercicio de los derechos humanos alrededor del mundo y bajo esquemas de destinos, espacios o productos turísticos específicos en los diferentes países que apoyan y reconocen a la comunidad LGBT+. El secretario general de OMT, Taleb Rifai, declaraba en 2017:

Los impactos positivos del turismo LGBT van más allá de los beneficios económicos. Los destinos que le dan la bienvenida al turismo LGBT convergen en una imagen poderosa de tolerancia y respeto... y consecuentemente se convierten en defensores globales de los derechos humanos (OMT, 2017:8).

La relación de poder e influencia de este reporte, está respaldada por la Asociación Internacional de Viajes para Gays y Lesbianas (IGLTA) por sus siglas en inglés<sup>44</sup>, así como por la Organización de las Naciones Unidas, todas apoyando la postura de “libertad” de prácticas turísticas, independientemente de la orientación sexual de los individuos.

Otros dos referentes a nivel internacional, son las empresas de consultorías en turismo LGBT, *Out Now Global* que es una empresa en mercadotecnia dirigida a la comunidad gay y lesbica, establecida en Australia desde 1992 y con oficinas en Amsterdam desde 2001. Se consideran “los más experimentados mercadólogos para la comunidad gay y lesbica” porque creen que no hay tal cosa como un gay o lesbiana “típica”, sino que la “Diversidad” es la clave para entender a este “mercado” (Out Now Global, 2019).

Aunada a esta empresa, una segunda y no menos importante empresa que sostiene a través de estudios mercadológicos la importancia del mercado LGBT+ es *Community*

---

<sup>44</sup> *International Gay & Lesbian Travel Association.*



*Marketing & Insights* (CMI), establecida también en 1992, en la capital mundial de la comunidad LGBT+, San Francisco, California. Sus fundadores aseguran que posicionarse en el nivel que están ahora fue una situación compleja, pues en su apertura, sólo un cliente de “renombre mundial” apoyaba abiertamente a través de su mercadotecnia a la comunidad LGBTQ+ (CMI, 2018). Esta empresa además de dedicarse a atender clientes para campañas mercadotécnicas LGBTQ+, realiza dos conferencias anuales: un simposio sobre mercadotecnia y publicidad LGBTQ y, Foro de Turismo LGBTQ.

Estos cinco actores: ONU, OMT, IGLTA, OUT NOW y CMI convergen en alentar el turismo LGBT mediante una estrategia de reportes e investigaciones que sostienen la importancia económica de la comunidad LGBT y también la relevancia de impulsar el turismo para que, a través de éste, las prácticas permeen en mayor respeto de los derechos humanos en el mundo. Las relaciones de poder a nivel internacional son más complejas que este nivel que se presenta, sin embargo, se presentan los actores internacionales más relevantes en el apoyo de los derechos humanos del turismo LGBT a nivel global.

### 5.2.2 Actores en el contexto nacional

---

Como se puede revisar en el planteamiento del problema, a nivel nacional (México), el principal actor que apoya la configuración de destinos turísticos LGBT, es el Gobierno Federal a través la Secretaría de Turismo (SecTur), respaldados por la Cámara de Senadores, durante el sexenio 2012-2018<sup>45</sup>. El sector gubernamental es apoyado por diversos empresarios como Talento Consultores, empresa que respalda la certificación de negocios *LGBT friendly* y la Federación Mexicana de Empresarios LGBT, la cual trabaja para dar “voz y visibilidad a los corporativos, empresarios, emprendedores, profesionistas y talento que se identifican como parte de la comunidad LGBT” (FMELGBT,2019).

Las acciones emprendidas por el Gobierno Federal, fueron las detonantes de una visibilización mayor de los destinos LGBT en México, a partir de 2015, tomando como excusa la derrama económica que generaba dicho segmento en el sector turístico. La estrategia no tardó en manifestar detractores que estaban a favor de “la familia tradicional” y de las

---

<sup>45</sup> Hasta julio de 2019, el Gobierno Federal encabezado por el presidente Andrés Manuel López Obrador, no ha fijado postura política en materia del turismo LGBT que sostendrá durante su gestión presidencial.

prácticas de sexualidad dominantes en occidente, a través de la heterosexualidad. Destinos como Puerto Vallarta, que habían sido gestados con la bandera gay como insignia a favor de la diversidad sexual, tuvieron mayores posibilidades de exigir el respeto de los derechos humanos de su comunidad local y de los visitantes que llegan al territorio constituido a favor de la libre expresión de prácticas entre personas de la comunidad LGBT+.

En el ámbito del estado de Jalisco, un actor que ha aparecido como garante de los derechos humanos para la comunidad LGBT+ en la comunidad vallartense es la Comisión Estatal de Derechos Humanos Jalisco (CEDHJ), la cual firmó un acuerdo con el Colectivo Vallarta LGBT en octubre de 2018, el cual tiene como objetivos principales: 1. Diseñar actividades de difusión y capacitación para fomentar la diversidad sexual, sin descuidar la parte del respeto de los derechos humanos, la igualdad de oportunidades y la no discriminación; 2. Trabajar en conjunto con instituciones públicas, privadas y de organizaciones sociales, trabajando en la promoción, respeto, protección de los derechos humanos para evitar su vulneración; 3. Promover ante la población, mecanismos cada vez más adecuados para exigir sus derechos, así como diseñar políticas públicas en favor de los diferentes grupo vulnerables en la materia (CEDHJ, 2018:4).

El acercamiento de la CEDHJ inició el 23 de marzo de 2018, en una reunión para compartir el informe de actividades 2017 de la Comisión y establecer una relación con la comunidad LGBT+ de Puerto Vallarta a través de sus representantes, acudieron a la cita representantes del gobierno municipal, las asociaciones ACT LGBT AC, Colectivo Vallarta LGBT, periodistas locales y algunos miembros de la comunidad LGBT+. A partir de esa reunión iniciaron los trabajos en conjunto, que continúan en 2019. Se establecieron acuerdos importantes para trabajar con los diversos empresarios y asociaciones de orden civil que se vieron oficializados el 8 de mayo de 2018 (cfr. Imagen 4). Fueron dos los acuerdos con los que iniciaron los trabajos en red de la CEDHJ con la comunidad vallartense LGBT+: 1) Asistencia e intervención institucional de la CEDHJ en el marco de la lucha contra la homofobia, realizada el 17 de mayo de 2018 y; 2) la impartición del curso “Los derechos humanos de la diversidad sexual y el procedimiento de queja ante la CEDHJ”, firmados por el Coordinador General encargado del despacho de la Tercera Visitaduría General.

## Imagen 4 Oficio de acuerdos de la CEDHJ



Fuente: CEDHJ, 2018

Cabe hacer mención que esta alianza sigue vigente y ha conseguido capacitar a los principales actores de la comunidad LGBT+ respecto a la diversidad sexual y los derechos

humanos, así como el establecimiento de una “Recomendación general al municipio de Puerto Vallarta respecto a la reasignación para la concordancia sexo-genérica” en favor de la comunidad trans.

El acercamiento sostenido entre este órgano estatal de Jalisco y la comunidad local vallartense en favor de los derechos humanos ha permitido que se estrechen y compartan lazos en estos cursos y reuniones, permitiendo que las relaciones de poder entre los actores locales se vean fortalecidas en favor de turistas y residentes de la comunidad LGBT+.

En el siguiente apartado se presentan los actores que participan de manera más influyente en las relaciones de poder al configurar la zona romántica vallartense como un espacio turístico abierto para las prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas que sostiene la comunidad LGBT+; el análisis presentando tiene como base cinco elementos clave en las relaciones de poder: 1) un sistema de diferenciaciones o caracterizaciones jurídicas o de privilegios que les permiten a los actores actuar sobre la acción de otros; 2) los objetivos de cada actor; 3) las modalidades instrumentales con las que actúan; 4) las formas de institucionalizar su proceder y/o sus dispositivos de poder y, 5) los grados de racionalización o de costos que se juegan en la relación. Estos elementos teóricos propuestos por Foucault (1988) se ven complementados por lo que Castells añadiría y explicaría como la red, es decir un juego de nexos e interracionales que concentran cierto grado de nuclearidad en actores principales.

### 5.2.3 Actores en el contexto local

---

“El ejercicio del poder no es simplemente una relación entre ‘parejas’, individuales o colectivas; se trata de un modo de acción de alguno sobre algunos otros” (Foucault, 1988:14)

Las relaciones de poder en el contexto turístico vallartense son tan amplias y complejas como el tejido social mismo de la comunidad. En esta tesis lo que se analiza es cómo diversos actores utilizan estrategias con dos fines específicos: a) promover el destino como un espacio

turístico *LGBT friendly* y b) promover el respeto y defensa de los derechos humanos de la diversidad sexual en Puerto Vallarta, incluyendo a turistas y residentes de la comunidad.

Los esfuerzos establecidos a través de diversas estrategias de enfrentamiento se han visto acompañados de diversas prácticas de resistencia de los actores vallartenses, mismas que como Foucault (1988) resumiría, buscan que dichas estrategias se conviertan en relaciones de poder y que a través de esas relaciones de poder se conviertan en estrategias victoriosas.

De los cinco actores analizados en esta tesis: turistas, residentes, empresarios, asociaciones de orden civil y gobierno, se ha concluido que tres de ellos son los que tienen mayor relevancia en la toma de decisiones en el espacio turístico *gay friendly* de la zona romántica, mismos que se analizan a continuación: gobierno, empresarios y asociaciones de orden civil.

#### **5.2.3.1 Gobierno municipal de Puerto Vallarta**

El iniciar este análisis con el actor Gobierno no es gratuito o fortuito, “el ejercicio del poder consiste en conducir conductas y en arreglar las probabilidades” (Foucault, 1988: 15), de tal forma que el caso Vallartense no es la excepción, aunque las relaciones de poder no tienen el centro en el Gobierno municipal de Puerto Vallarta, éste sí cubre las formas instituidas y legítimas de vigilancia y control económica y política en el espacio turístico analizado. Gobierno en el sentido foucaultiano es analizado en tanto un actor que busca estructurar, a través del control y/o vigilancia, el campo de acción de *los otros*. El gobierno vallartense actual, ha buscado dar su apoyo y soporte a la comunidad LGBT+ en Vallarta, turistas y residentes, pero siempre negociando con actores contraparte que se oponen al libre ejercicio de los derechos humanos de la comunidad diversa. Como ente regulador de las acciones, ha buscado llegar a consensos entre los diversos actores de la sociedad vallartense que apoyan o están en contra de las prácticas de la comunidad LGBT y cuando no ha llegado a ellos, ha impuesto controles con los ordenamientos jurídicos que ha promulgado.

De acuerdo con los registros que presenta el ayuntamiento de Puerto Vallarta en su sitio web (2018), la ciudad se constituiría legalmente 100 años atrás:

...el 31 de mayo de 1918, la comisaría de Las Peñas es elevada a la categoría de municipio con el decreto número 1889 del H. Congreso del Estado. Al cambiar de categoría política la comisaría de Las Peñas recibió el nombre de municipio de Puerto Vallarta (Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2018).

Este hecho político cambiaría la forma en la que se organizaba un pequeño pueblo pesquero-salinero dando paso al establecimiento de una organización sociopolítica basada en un ayuntamiento municipal que tiene su fundamento legal en las constituciones, tanto federal como estatal (Jalisco). La organización del ayuntamiento, (cfr. figura 1) tiene como dirigente al presidente municipal, quien fundamenta sus acciones y toma de decisiones con base en las aprobaciones realizadas en el cabildo.

La misión del Ayuntamiento Municipal de Puerto Vallarta es:

Ser un gobierno responsable, austero y transparente para atender las diferentes necesidades de la población. Un gobierno que promueva el desarrollo integral de los vallartenses haciendo alianzas con los diferentes sectores de la sociedad. Un gobierno que trabaje por el fortalecimiento de la actividad turística y que atraiga a nuevos nichos de mercado (Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2018).

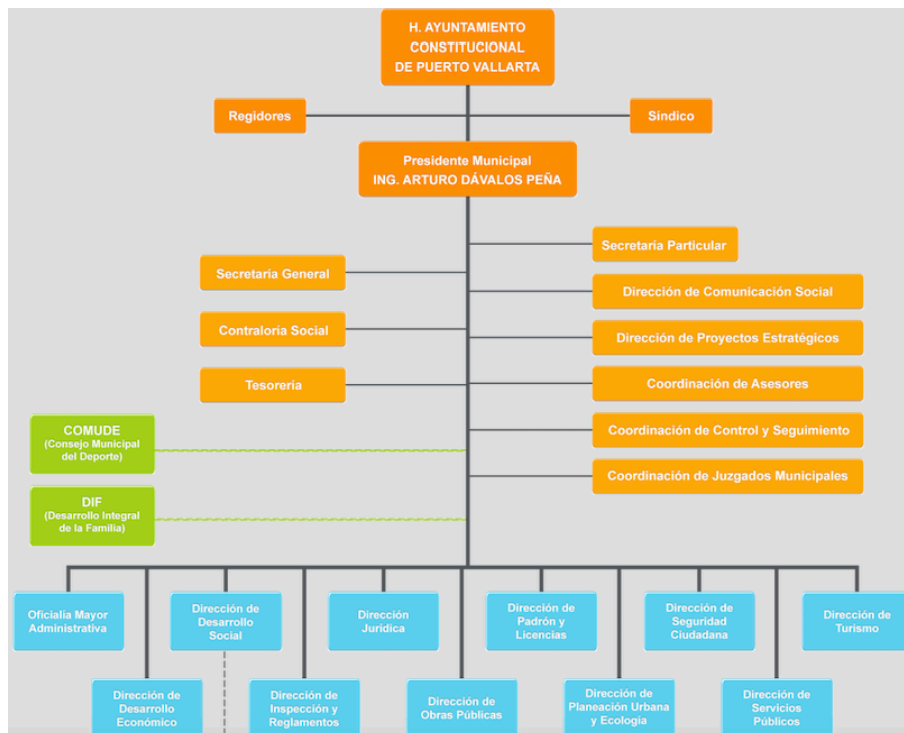
Como se puede observar en su misión, el gobierno de Puerto Vallarta delimita tres acciones como parte de sus funciones: 1) atender las diferentes necesidades de la población; 2) haciendo alianzas con los diferentes sectores de la sociedad; y 3) fortalecimiento de la actividad turística y nuevos nichos de mercados (turismo + mercado especializado LGBT). Estas funciones son el eje central de la administración que actúa como un actor que detenta el poder institucionalizado. Tomando como base sus funciones, el actual gobierno municipal (2018-2021) ha enfocado la atención al turismo del mercado especializado LGBT+, para lo cual ha realizado alianza con los empresarios del segmento para colaborar en conjunto en acciones que promuevan el destino como *LGBT friendly* para generar mayor desarrollo económico para su población. Aunado a la promoción del turismo *LGBT friendly*, también han buscado realizar alianzas con los residentes LGBT+ para promover el respeto y defensa de sus derechos humanos, facilitando administrativamente el matrimonio entre personas del mismo sexo y la promulgación de un reglamento antidiscriminatorio de la diversidad sexual.

Se sitúa al actor *gobierno* a través de la figura del *Ayuntamiento municipal de Puerto Vallarta*, ya que de éste dependen los otros actores considerados como *gobierno* en esta tesis, *Secretaría de turismo municipal* y *Oficina de Igualdad de Género*. El *gobierno* es colocado como

eje principal de este capítulo por ser *legalmente instituido* como máximo órgano del gobierno municipal, es el encargado de la administración del municipio [...] principal responsable de formar, ordenar y ubicar sus acciones con el fin de obtener mejoría en la calidad de vida de la población y un desarrollo completo del Territorio Municipal (Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2018).

El gobierno municipal se rige a través de un ayuntamiento que es encabezado por el presidente municipal cuyas funciones principales inherentes a la configuración del espacio son: "proponer ante el Congreso del Estado, iniciativas de leyes o decretos en materia municipal; celebrar convenios con organismos públicos y privados tendientes a la realización de obras de interés común; fomentar la participación ciudadana y vecinal a través de los mecanismos y figuras que para tal efecto establezcan en sus ordenamientos municipales y; contribuir a la generación de empleos dentro del Municipio" (Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2018).

Figura 1 Organigrama del Ayuntamiento de Puerto Vallarta



Fuente: Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 2018.

El actor Gobierno se diferencia de los demás principalmente por su estatus jurídico, que le otorga privilegios como órgano rector de la sociedad vallartense, al encontrarse legitimado legal y culturalmente como el ente que establece las reglas del juego en tanto a prácticas sociales como turísticas en Puerto Vallarta.

El gobierno vallartense tiene distintas formas instrumentales de ejercer el poder, desde los discursos que permiten habilitar o limitar las acciones de los demás actores analizados en esta tesis, turistas, residentes, empresarios y asociaciones de orden civil, así como las dependencias de su administración. Sin embargo, los discursos emitidos se complementan con mecanismos de control más o menos complejos que le permiten vigilar y controlar las acciones de los demás actores, mecanismos como leyes, reglamentos y/o disposiciones emitidas para controlar el actuar de la población residente y visitante, las actividades económicas de los empresarios y las acciones de las asociaciones civiles que realizan en el contexto socio-espacial de Puerto Vallarta.

Si bien el gobierno es responsable y garante de las acciones que realiza la sociedad en territorio vallartense no lo puede hacer solo y es por eso que necesita de los demás actores como los empresarios y asociaciones para llevar a cabo sus planes de desarrollo. De cada actor se obtienen y esperan aportaciones diferenciadas; a continuación, se presentan los demás actores identificados con base en la experiencia etnográfica en Puerto Vallarta.

A continuación, se describe la participación de las *asociaciones civiles* en la configuración del espacio en su dimensión territorial y social con base en la etnografía realizada (entrevistas y observación participante); se presentan las relaciones de poder encontradas entre las diferentes *asociaciones civiles* que se relacionan y articulan *con el gobierno en tanto actor* con diferentes y asimétricas relaciones de poder.

### **5.2.3.2 Asociaciones civiles en Puerto Vallarta**

Las agrupaciones en México suelen constituirse como asociaciones civiles, régimen que les da personalidad jurídica para congregarse y tener voz respecto a los objetivos que persiguen como comunidad en el territorio en el cual se constituyeron. En el caso de esta tesis, únicamente el Colectivo Vallarta LGBT, carece de una figura jurídica que la respalde como



asociación, lo cual no ha impedido su participación en la red de poder del contexto turístico y de diversidad sexual en Puerto Vallarta.

### **Amapas Neighborhood Association (ANA)**

Esta asociación de vecinos y empresarios (en su mayoría extranjeros) crearon la asociación para atender problemas relativos a la construcción e inseguridad del barrio que se localiza al sur de la colonia Emiliano Zapata y al norte de la colonia Conchas Chinas, Puerto Vallarta.

"Es una de las zonas más apetecibles de Puerto Vallarta, en términos de un destino para los turistas, debido a su proximidad a la playa de Los Muertos, la zona antigua, los restaurantes y la vida nocturna de la colonia vecina Emiliano Zapata. Amapas se divide en tres grandes áreas: Alta Amapas, Amapas sur y playa de Los Muertos " (ANA, 2017), este barrio es de gran importancia en la configuración del destino *LGBT friendly* porque comparte espacios en la denominada zona romántica y porque en su jurisdicción se encuentra la playa de Los Muertos, que es considerada como la playa gay, aun cuando es únicamente una parte de ella. En palabras de su primer presidente (2010-2012) Tobe Jensen:

ANA fue creada en 2010 para hacer frente a los problemas del desarrollo en nuestra zona. Un número de personas activas estaban muy preocupados por el proyecto de Pinnacle / Firma y vimos la ANA como un vehículo que podía ser de utilidad... fue creado para abordar los temas de crecimiento explosivo en Amapas... y se unió con el grupo empresarial Emiliano Zapata para comunicarse mejor con la ciudad y tratar problemas mutuos en la Zona Romántica (ANA, 2017).

Sus principales preocupaciones en la actualidad como asociación son: 1) *el desarrollo responsable del crecimiento urbano*; 2) *seguridad*; 3) *calles/infraestructura* y; 4) *membresías sociales*. Con base en la conversación sostenida con su actual presidente Tom Swale<sup>46</sup> y su tesorero Don Pickens<sup>47</sup>, se infiere que tres de sus cuatro funciones parecen traslaparse con las funciones del gobierno municipal, sin embargo, la asociación las ha tomado como suyas debido a la falta de actuación por parte de la autoridad municipal, situación que parecen estar

---

<sup>46</sup> Tom Swale fallece el 30 de mayo de 2018 a causa de una afección cardíaca, sus cenizas fueron esparcidas al lado de su amor y pareja sentimental Carl en Bahía de banderas, Puerto Vallarta. Nota completa en <http://www.banderasnews.com/1806/vl-vallarta-mourns-mr-amapas-tom-swale.htm>. Consultado el 15 de enero de 2019.

<sup>47</sup> Ambos de origen estadounidense residentes de Puerto Vallarta desde hace más de 15 años.

resolviendo con el trabajo que realizan en conjunto con la administración 2015-2018 y 2018-2021 del gobierno municipal.

El *desarrollo responsable* lo vigilan como asociación para que el espacio territorial no se vea violentado por la altura de los edificios:

La altura de los edificios es el problema obvio. En el pasado se expresó el límite como “8 metros del punto más alto en el lote” y los desarrolladores se encuentran... los elementos... para justificar la altura de un edificio con otro en el otro lado de la ciudad como justificación. Recientemente los edificios de Pinnacle, se han construido en Amapas contra la oposición del barrio, con una altura aproximadamente de 10 pisos. La ANA preferiría no ver este tipo de afrentas a la comunidad de nuevo y se centró en esta materia. Además de la altura, la densidad excesiva provoca problemas de flujo de tráfico y acceso de emergencia, bloqueo de la luz, túneles de viento, y el exceso de capacidad de los servicios públicos (ANA, 2017).

Esta comunidad de vecinos (ANA) está integrada por más de un 80% de extranjeros según sus registros, busca a través de medios legales parar las construcciones que rebasan los límites de altura permitidos, exigen conservar el privilegio visual actual de los vecinos (con edificios más altos se bloquean y obstruyen la vista hacia el mar de los residentes actuales, lo cual además de disminuir la valía de la propiedad, elimina el derecho a gozar visualmente el territorio) y que la armonía con el medio ambiente sea respetada.

La *seguridad*, función esencial del gobierno municipal, se vio disminuida en esa zona y la ANA decidió establecer el programa Vecinos en Alerta (VEA) que tiene establecido junto con el departamento de policía de Puerto Vallarta, lo anterior derivado de crímenes que fueron detectados y que la policía no atendía con oportunidad; sin embargo, esta relación ANA- Departamento de seguridad pública no es del todo confiable para la ANA, tal como lo afirman:

Mientras que una mayor presencia policial en el barrio ha traído una mayor seguridad (y una dramática reducción en los robos), tiene el potencial de ser un arma de doble filo. ANA está trabajando duro para monitorear el comportamiento de la policía en nuestro barrio para asegurarse de que la policía está trabajando constantemente en nombre de nuestros residentes. (ANA, 2017)

Aunque sí se observó mayor seguridad y protección en esta zona, comparada con años anteriores, la observación participante realizada en la zona permitió constatar la existencia de abusos de autoridad y robos por parte de algunos elementos de la policía vallartense, así como de taxistas a turistas y residentes gays. La misma autoridad, a través de su Secretario de Turismo lo confirma y dice que elementos malos hay en todos lados sin que tengan como foco principal a esta comunidad:

... Aquí hay otro problema, que es exactamente esta situación, los abusos que se cometen por un policía abusivo [que] no lo hace para el *gay* o para el no *gay*, ¡no, no!, es abusivo con todo el mundo nada más que cuando es así, ellos [los gays] creen [que] porque son, es igual que el otro punto como yo he hablado con ellos, no es que el [policía] diga que porque es *gay* lo voy a robar. O porque es gay, ¡no!, es gente negativa que los hemos corrido (Secretario de Turismo Municipal, G2, entrevista etnográfica, 7 de febrero de 2018).

Esta declaración confirma la situación que prevalece en la zona, aun cuando en las relaciones de poder imbricadas en la zona romántica incluyan a la ANA como actor principal configurador del espacio, que ha contribuido a hacer más segura la zona romántica, sin embargo, existen crímenes que suceden día con día y que atacan a la comunidad LGBT que practica socialmente la zona romántica, desafortunadamente, no siempre son reportados.

El entrecruzamiento de roles de dominación es en términos de (Foucault, 1979) una estrategia en las relaciones de poder:

... su entrecruzamiento esboza hechos generales de dominación; que esta dominación se organiza en una estrategia más o menos coherente y unitaria; que los procedimientos dispersados, heteromorfos y locales de poder son reajustados, reforzados, transformados por estas estrategias globales y todo ello coexiste con numerosos fenómenos de inercia, de desniveles, de resistencias; que no conviene pues partir de un hecho primero y masivo de dominación (una estructura binaria compuesta de «dominantes» y «dominados»), sino más bien una producción multiforme de relaciones de dominación que son parcialmente integrables en estrategias de conjunto (Foucault, 1979:71).

Esta relación de poder entre asociaciones-gobierno, se considera una estrategia de resistencia por una comunidad que habita, que tiene negocios, que vive libremente su sexualidad y que en muchas ocasiones se ve violentada; no todos los habitantes o empresarios de esta asociación son o atienden a la comunidad LGBT+, sin embargo, durante la experiencia etnográfica se evidencia el apoyo, respeto y exigencia de los derechos humanos hacia este grupo por parte de la asociación.

### **ACT LGBT AC**

La Asociación de Comercios y Turismo (ACT) LGBT es una asociación que agrupa negocios LGBT, no tiene fines de lucro y su principal objetivo es: "promover el crecimiento y la calidad de los negocios LGBT en Puerto Vallarta y la Bahía de Banderas para promover la visibilidad y relevancia del segmento como una fuerza económica importante en la región" (ACT LGBT AC, 2017).

Esta asociación fue creada en 2013, porque los empresarios no eran escuchados por el gobierno municipal ni por otras instancias gubernamentales, empresariales y sociales por lo que decidieron agruparse y mostrar una sola cara que buscaría el crecimiento de Puerto Vallarta como destino turístico *gay friendly*; así lo relata su actual director ejecutivo, William Henever:

Bueno, tú sabes... si no estás conformado en una asociación legal, no existes en la mente del gobierno. Entonces ellos no te consideran... por eso fue por lo que nunca consideraron a la comunidad gay en serio<sup>48</sup> (Henever, Director de ACT LGBT AC, entrevista etnográfica, 2 de octubre de 2017).

Henever afirma que ninguna autoridad gubernamental los tomaba en cuenta, ni atendían sus peticiones, fue hasta el 2013 que se reunieron más de 30 empresarios, dueños de negocios que atendían al segmento LGBT quienes decidieron poner resistencia a la invisibilización y discriminación que recibían todos los días, logrando conformar este grupo que prevalece con más fuerza e incluso es atendido de forma directa por el presidente municipal en turno.

Aquí, ustedes los empresarios, ¡ustedes son los que dirigen a los funcionarios públicos!, con todo gusto, yo no tardo en irme a pedir licencia para poder competir en una reelección que hoy la ley nos faculta, queremos repetir y bueno vamos a trabajar para eso, pero se queda gente de confianza que va a seguir el mismo camino de nosotros, entonces, en ese sentido no vamos a tener ningún problema, se van a seguir apoyando, impulsando las actividades y yo en lo que pueda con mucho gusto, yo estaré ahí para ayudarlos (Dávalos y Sánchez, Presidente municipal de Puerto Vallarta y Presidente de ACT LGBT AC, entrevista etnográfica, 9 de febrero de 2018).

En una reunión sostenida entre el presidente municipal y representantes de la asociación ACT LGBT<sup>49</sup>, el 9 de febrero de 2018, el presidente municipal se comprometió a seguir apoyando a la comunidad gay hasta el final de su mandato e incluso reiteraba su apoyo en caso de ganar las elecciones en julio de 2018 (lo cual sucedió). La asociación manifestó su agradecimiento, pero exigió se sigan respetando los derechos de la comunidad LGBT+ y que se considere al destino turístico como *LGBT friendly*, sus exigencias manifestaban que parte del gabinete es homofóbico y no querían que Puerto Vallarta fuera considerado un destino

---

<sup>48</sup> La entrevista se realizó en inglés, idioma materno del entrevistado. La traducción al español corresponde al autor de esta tesis.

<sup>49</sup> El investigador participó y grabó esta entrevista con permiso de las autoridades y representantes de la asociación. La participación del investigador y autor de esta tesis fue en ese momento como Tesorero de la asociación ACT LGBT AC.

turístico *LGBT friendly*, lo cual era percibido por la falta de apoyos para promocionarlo como tal. En esa entrevista colectiva, Armando Sánchez, presidente de ACT LGBT, demandaba:

... lo principal sería la cuestión de votaciones en el Fideicomiso de Turismo y qué se hace en abogar por la comunidad... donde nosotros siempre hemos dicho que se necesita más fuerza para que se reconozca a la comunidad (LGBT) como tal, entonces para poder ver campañas de antidiscriminación o de conciliación, de respeto, de igualdad, etc., ¡hay muchas cosas que no vemos en ninguna campaña! y que por el destino que es, y que es Puerto Vallarta y que tiene la comunidad gay, mucha diversidad, localmente no vemos muchas campañas que eduquen a las generaciones que vienen sobre este tipo de situaciones (Dávalos y Sánchez, Presidente municipal de Puerto Vallarta y Presidente de ACT LGBT AC, entrevista etnográfica, 9 de febrero de 2018).

La respuesta del edil siempre fue positiva e insistió en que fue el primer gobernante del municipio de Puerto Vallarta en atender las peticiones de la comunidad LGBT, incluso les comentó a los representantes de ACT LGBT, que fue el primero en desfilarse en el Vallarta Pride 2017 (cfr. Imagen 5, donde se ve al edil en el contingente) hecho que fue catalogado como histórico, pues en las pasadas administraciones municipales, ningún presidente había participado en los desfiles del orgullo gay en Puerto Vallarta para manifestar su apoyo para la comunidad LGBT+.

Imagen 5 Presidente municipal participa en Pride 2017

## Histórico en Puerto Vallarta; alcalde y esposa encabezan desfile Gay

25 MAYO 2017

\* Arturo Dávalos Peña y su esposa realizaron el recorrido a lo largo del centro de la ciudad disfrutando del ambiente de carnaval que la comunidad LGBQ mostró a lo largo del centro de Puerto Vallarta.



Fuente: Noticiaspv, 2017

Los empresarios tienen como base el poder económico, privilegio que les permite diferenciarse en las relaciones de poder, sus efectos al agruparse en la asociación ACT LGBT se vieron exponents al conjuntar el capital económico con el cultural que posee cada uno de ellos. Su objetivo, además de generar mayores riquezas derivado del usufructo del espacio turístico, fue hacer valer y respetar los derechos humanos de la comunidad LGBT+, que son sus principales clientes en la zona romántica y de Amapas.

Se podría pensar que las relaciones de poder recaen únicamente en el *poder económico* de los *empresarios*, sin embargo, se considera que "las relaciones de poder «sirven» en efecto, pero no porque estén «al servicio» de un interés económico primigenio, sino porque pueden ser utilizadas en las estrategias" (Foucault, 1979:171); estrategias que los empresarios han estado usando para lograr avances en la configuración de Puerto Vallarta como un espacio libre que apoye a la comunidad LGBT y que realmente sea *friendly* (amigable) con los turistas y residentes que visitan el puerto turístico, apuesta principal de la asociación ACT LGBT AC (la cual es transmitida en redes sociales y que se puede observar en la imagen 6).

Imagen 6 Perfil en redes sociales de ACT LGBT AC



Fuente: Facebook ACT LGBT, 2018

## **SETAC A.C.**

Esta asociación civil fue constituida en noviembre de 2009. Con base en la experiencia etnográfica, es la asociación que más respaldo tiene por parte de la comunidad de residentes y turistas LGBT+, empresarios, gobierno y asociaciones. Todos los eventos que realiza para recaudar fondos son apoyados para crear un centro comunitario de prevención, detección y apoyo para personas con enfermedades de transmisión sexual, particularmente VIH. Francisco Arjona relata el inicio y funcionamiento de SETAC:

Las letras SETAC significan Solidaridad Ed Tomas Asociación Civil, Ed Tomas es el fundador. SETAC surge desde hace ocho años cuando esta persona que fuera su fundador, estadounidense, , mientras hacía sus caminatas nocturnas por el parque Lázaro Cárdenas era abordado por jovencitos pequeños, menores de edad sobre todo, que le ofrecían sexo... todos dedicados a la prostitución; también veía la situación de las chicas *trans*, todo esto sin realmente saber qué hacer, es precisamente hasta hace ocho años cuando por una cuestión médica a él le diagnostican insuficiencia cardiaca y le dan seis meses de vida, entonces él decide regresar a Puerto Vallarta y hacer algo precisamente por esta comunidad y es cuando decide formar el centro comunitario, esto hace ocho años que le diagnosticaron... él todavía sigue vivo y fue así como surge el centro comunitario con la intención de tener un espacio para poder ayudar a esta población de jóvenes menores de edad que pudieran cambiar su estilo de vida que pudieran tener una mejor opción para salir adelante, lo crea con la idea de los centros de Estados Unidos. En este tipo de centros la idea es traer a los jóvenes, a las personas y que empiecen a tener diferentes actividades como inglés, aquí se les daba el idioma, había bolsa de trabajo, había diferentes opciones para desarrollar habilidades, pero... cuál va siendo la sorpresa que no era lo que querían los jóvenes, las chicas *trans* no era lo que querían, ellas necesitaban apoyo para la protección, para la prevención del VIH... entonces se formó el programa que se llamaba reducción de daño, ¡si vas a seguir siendo lo que eres, que seas el mejor, protegiéndote sabiendo cómo usar, sabiendo a dónde dirigirte! y de ahí empieza toda la labor del centro comunitario y se empieza a hacer todo relacionado a la prevención, educación sobre VIH. Somos actualmente un centro comunitario que sirve como a cinco mil personas directamente y alrededor de veinticinco mil personas de manera indirecta con entrega de condones, con entrega de *flyers*, de plástica etc., somos la única asociación civil en Puerto Vallarta y desde la costa de Jalisco hasta Bahía de Banderas, entonces ésta es una de las misiones, pretendemos ser el centro de referencia para todos estos lugares cuando se trate de prevención, educación sobre VIH (Arjona, Director de SETAC AC, entrevista etnográfica, 28 de enero de 2018).

SETAC se ha convertido en una asociación que conecta y logra unir a las demás agrupaciones en favor de la comunidad vallartense y de los turistas LGBT+; usualmente, las reuniones para discutir los avances y retrocesos en tanto a comunidad *LGBT friendly* se realizan en sus instalaciones y logran ser un centro que suaviza tensiones y logra que en conjunto se establezca una red que aglutina mayor fuerza.

## **Colectivo Vallarta LGBT**

Esta agrupación no está constituida legalmente, sin embargo, es la agrupación que agrupa a los residentes vallartenses como colectivo LGBT+, pujando por sus derechos humanos como objetivo principal:

El Colectivo Vallarta LGBT tiene como fin los Derechos LGBT de la población de Puerto Vallarta, buscamos que la comunidad LGBT tenga los mismos derechos humanos que el resto de la población en México y el mundo, buscamos dejar claro que todos somos iguales. Somos personas, tenemos los mismos derechos, buscamos el derecho al matrimonio igualitario, buscamos el derecho a la adopción, buscamos todos los derechos de las personas, el derecho de las personas Trans, de cambio de nombre y eso es lo que se busca, el cambio de los derechos, que todos, que todos tengamos los mismos derechos que no haya exclusión de derechos de nadie (Ramírez, Director de Colectivo Vallarta LGBT, entrevista etnográfica, 17 de noviembre de 2017).

El director de la agrupación, Héctor Ramírez, ha sido su dirigente desde su conformación hace más de 10 años y señala que han logrado éxitos para la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta como la aprobación del matrimonio igualitario y la aprobación del Reglamento para Prevenir y Erradicar la Discriminación a Grupos Vulnerables, el cual fue votado y aprobado en comisiones del Ayuntamiento municipal de Puerto Vallarta en mayo 2018.

Esta organización trabaja en conjunto con las organizaciones previamente presentadas y ha logrado que los acuerdos mencionados, al presionar al ayuntamiento de Puerto Vallarta por diferentes medios, el último acuerdo (*Reglamento para Prevenir y Erradicar la Discriminación a Grupos Vulnerables*) fue posible por el apoyo de empresarios y asociaciones que fueron invitados por la regidora Susana Rodríguez para buscar el "Hermanamiento entre San Francisco (California) y Puerto Vallarta"; ahí se le exhortó a la regidora para que presionara a sus compañeros de cabildo para revisar y en su caso aprobar el reglamento mencionado, de lo contrario la comunidad de residentes, turistas, empresas y asociaciones LGBT+ no apoyaría dicha petición de hermanamiento, lo anterior, derivado de que si el hermanamiento tenía como base a la diversidad sexual, ésta no estaba en condiciones iguales de respeto, comparadas con la posible ciudad hermana en ese momento, San Francisco. Como resultado obtuvieron la aprobación en comisiones del Reglamento, diez



días después de dicha reunión, aprobación publicada oficialmente por la Ayuntamiento de Puerto Vallarta.

Esta estrategia expuesta por Colectivo Vallarta LGBT, en conjunto con otros representantes de la sociedad, resultaría en una victoria mutua, para la asociación se firmaría un reglamento que estaba en revisión por más de tres años y el gobierno municipal, lograría el hermanamiento de ambas ciudades en septiembre del mismo año. Como afirmaría Foucault (1979), no hay relaciones de poder sin resistencias basadas en estrategias:

Que no existen relaciones de poder sin resistencias; que éstas son más reales y eficaces cuando se forman allí mismo donde se ejercen las relaciones de poder; la resistencia al poder no tiene que venir de fuera para ser real, pero tampoco está atrapada por ser la compatriota del poder. Existe porque está allí donde el poder está: es pues como él, múltiple e integrable en estrategias globales (Foucault, 1979:171).

Las diversas relaciones de poder asimétricas presentadas derivan de un conflicto, de la resistencia de un espacio apropiado por diferentes actores que buscan que Puerto Vallarta (ciudad) sea *LGBT friendly*, y no únicamente la zona romántica, exigen que se respeten y garanticen los derechos humanos de una comunidad que es discriminada, violentada e incluso asesinada por odio. Buscan que el contexto turístico ofrezca tranquilidad, seguridad, respeto a los turistas LGBT+ pero también a la comunidad de residentes vallartenses, sin importar su género, orientación sexual, nacionalidad o condición social. Esta tensión es producto relacional de las prácticas sociales de la sociedad, de un territorio que se reconfigura con coordenadas espacio-temporales ubicadas en la contemporaneidad que buscan (re)ordenar a la sociedad vallartense con base en las relaciones de poder que generan nuevos sentidos culturales, económicos y políticos.

La configuración del espacios turísticos *LGBT friendly* en Puerto Vallarta, es un fenómeno social que se está construyendo con base en la vida cotidiana (Berger y Luckmann, 1986), es decir, donde las prácticas que realizan la comunidad LGBT+ (turistas y residentes) y la comunidad heterosexual están enmarcadas en un contexto (pos)moderno que lo permite, sin embargo la tensión se enfrenta con parte de la sociedad que tiene prácticas sedimentadas (Retamozo, 2009) referentes a la sexualidad. En este sentido, la tensión se manifiesta en el (des)orden socio-sexual que provoca un *grupo minoritario* que da entrada no sólo a las

identidades, sino al encuentro de las subjetividades (Useche, 2012) que permiten reconfigurar el contexto turístico vallartense.

En el caso de la comunidad LGBT+ de Puerto Vallarta, lo que busca el Colectivo Vallarta LGBT, es el respeto de los Derechos Humanos de la comunidad diversa, en un contexto en el que la cultura en términos socio-sexuales, minimiza y permite la discriminación con base en la orientación sexual e identidad de género a través de la violencia física y simbólica.

Los diferentes actores involucrados en la construcción y configuración del espacio en un territorio libre de discriminación sostienen una lucha por transformar ese orden heteronormativo en donde se enmarca lo "Social, como esa forma en la que la sociedad lleva a cabo un conjunto de prácticas sociales, históricas, sedimentadas, heterogéneas, potencialmente infinitas e indeterminadas" (Retamozo, 2009:78) que están *definiendo* el (re)ordenamiento hegemónico que se encuentra legitimado por el poder de los actores, los cuales influyen de manera asimétrica en las decisiones de otros actores que definen el orden (hetero) normativo de los espacios.

Aunque en el estudio etnográfico de Puerto Vallarta se consideraron cinco actores preponderantes en la toma de decisiones para configurar el territorio de la zona romántica como espacio turístico *LGBT friendly*, se pone de relieve el hecho de que la percepción y comportamiento de cada uno de los actores: turistas, residentes, empresarios, asociaciones civiles y gobierno, así como la estructura social en la que se encuentran, han configurado un campo de relaciones que han logrado realizar cambios en un contexto multicultural que se ha apropiado, con el paso de seis décadas, como un territorio turístico que otorga la libertad de ser y hacer las prácticas que como lesbianas, gays, bisexuales, trans se tienen negadas en otros espacios turísticos de México e incluso en otras zonas de la ciudad Puerto Vallarta.

Es justo en medio de esta lucha hegemónica que se genera un terreno de alta conflictividad en el que emergen demandas realizadas por identificaciones culturales, sexuales y de género, en el espacio urbano y mediático que pugna por derechos y reconocimientos que buscan precisamente una legitimación y que tiene sus bases en la construcción de significado compartido entre dominantes-dominados, que permitan (re)establecer el orden socio-sexual al reconocer las identidades (Arfuch, 2005) de la

comunidad LGBT+. La legitimación de las prácticas se ha mediado y buscado de diferentes formas por los distintos actores. A continuación, se realiza un análisis de lo encontrado etnográficamente durante el periodo 2015-2019, tiempo en el que se realizó esta investigación.

### 5.3 Las relaciones de poder en red: una aproximación analítica cuantitativa

Con base en la experiencia etnográfica en Puerto Vallarta se establecieron cinco actores principales como nodos configuradores del espacio turístico: Turistas, Residentes, Empresarios, Asociaciones Civiles y Gobierno. Lo anterior, no busca limitar ni excluye la existencia de otros actores, sin embargo, estos actores son los más influyentes en las relaciones de poder establecidas al (re)ordenar social, cultural, política y económicamente al municipio vallartense con respecto al espacio socio-territorial enmarcado en la zona romántica que se ha denominado social y gubernamentalmente como *LGBT friendly*.

La configuración socio-territorial de la zona romántica se sostiene con los siguientes clasificación de los actores: 1) *Turistas* nacionales e internacionales; 2) *Residentes*: nacionales y extranjeros; 3) *Asociaciones*: Asociación de vecinos de la colonia Amapas (Amapas Neighborhood Association) conocido como ANA; ACT LGBT AC; Colectivo Vallarta; SETAC AC; 4) *Empresarios*: dueños de hoteles, bares, restaurantes, operadoras turísticas, inmobiliarias, entre otros y, 5); *Gobierno*: Oficina de Igualdad de Género; Secretaría de Turismo municipal y presidencia municipal. Todos ellos han logrado la construcción de un espacio turístico configurado como territorio *LGBT friendly*.

Los turistas y residentes también suelen formar parte de las diferentes asociaciones mencionadas y, en algunos, han invertido en negocios, por lo cual también actúan como empresarios en el espacio de la zona romántica. En esta tesis se consideraron quince entrevistas etnográficas (tres entrevistas por cada actor construido) para realizar un análisis cuantitativo de redes, aunque es necesario subrayar que se sostuvieron conversaciones y entrevistas con más de esos quince sujetos que también forman parte de esta tesis etnográfica.

En el mapa 3. Red de relaciones de los actores que configuran el espacio turístico vallartense en *LGBT friendly*<sup>50</sup>, se presentan los *nodos* con los quince entrevistados (por tipo de actor) y sus respectivas *relaciones* señaladas en el entramado. Las relaciones presentadas se basan en las narrativas construidas con las entrevistas y en la observación etnográfica del investigador en reuniones, convenios y espacios de convivencia con los mismos en Puerto Vallarta, todos ellos configuradores del espacio turístico de zona romántica y de Amapas como espacio turístico *LGBT friendly*.

En el mapa se pueden visualizar cada uno de los actores entrevistados, cuyos códigos se relacionan de la siguiente forma:

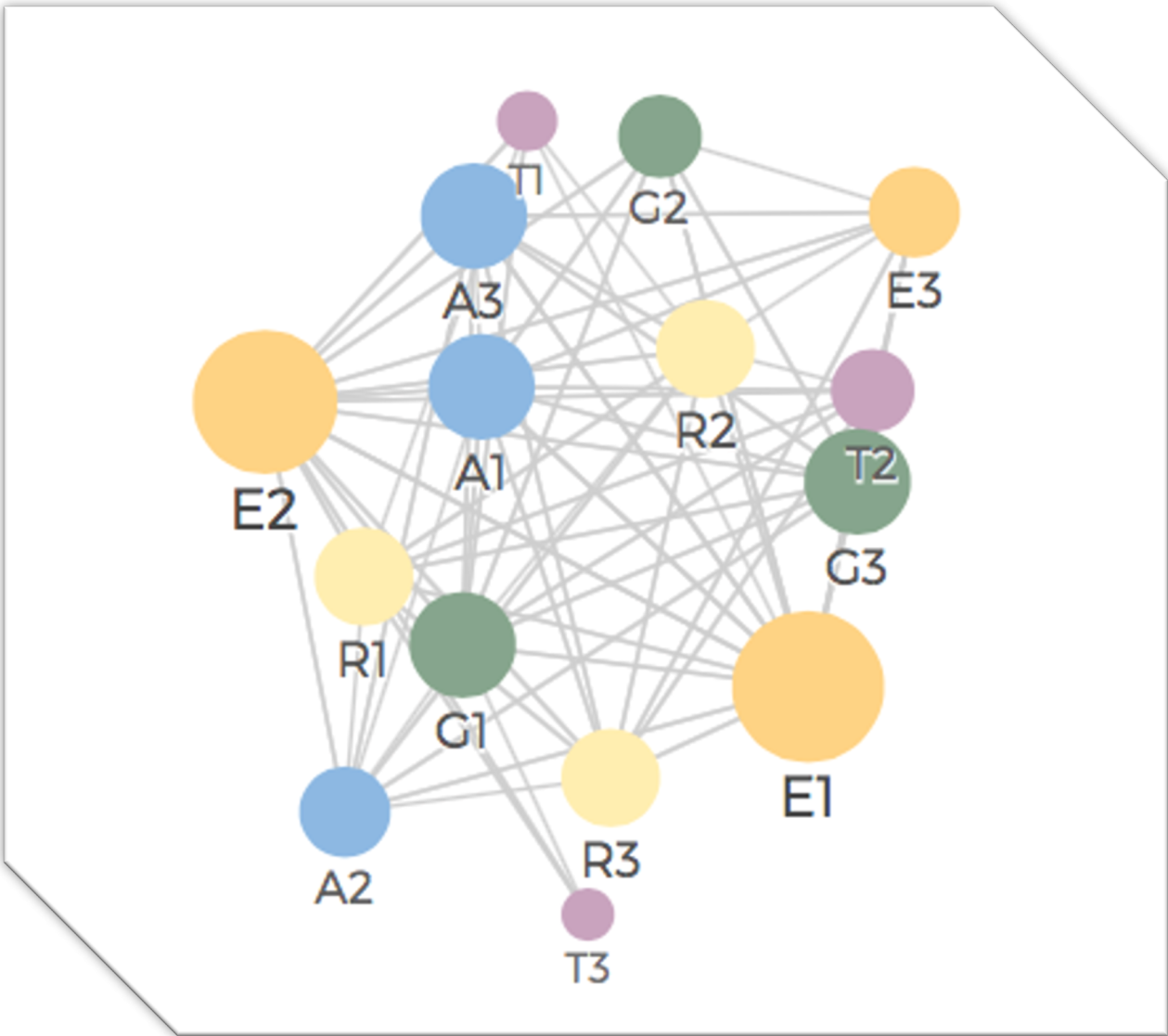
Tabla 3 Códigos de actores

Turistas (T)	Residentes (R)	Empresarios (E)	Asociaciones (A)	Gobierno (G)
<b>T1</b> Turista argentino	<b>R1</b> Residente mexicana, heterosexual, 55 años	<b>E1</b> Empresario, dueño de hotel <i>LGBT friendly</i>	<b>A1</b> Asociación de empresarios, dueños de negocios LGBT+	<b>G1</b> Oficina de Igualdad de Género
<b>T2</b> Turista inglés	<b>R2</b> Residente mexicano, temporal, gay, 23 años	<b>E2</b> Empresario, Dueño de cuatro bares gays	<b>A2</b> Asociación activista, pro derechos humanos LGBT+	<b>G2</b> Secretaría de Turismo municipal
<b>T3</b> Turista canadiense	<b>R3</b> Residente mexicano, gay, 30 años	<b>E3</b> Empresario, Dueño de hotel gay	<b>A3</b> Asociación activista, dedicada a erradicar VIH	<b>G3</b> Presidencia Municipal

Fuente: elaboración propia

<sup>50</sup> El mapa puede ser consultado en el sitio web <https://onodo.org> bajo el título PV, el software usado mediante la página es de acceso libre y fue construido con base en la metodología y teoría de redes que se construye con *nodos y lazos de relación*.

Mapa 3 Red de relaciones de los actores en Puerto Vallarta LGBT friendly



Fuente: elaboración propia, realizado en la plataforma onodo.org

A través de las entrevistas, reuniones y la experiencia etnográfica vivida en el espacio turístico de la zona romántica, se constató que los turistas, particularmente los gays, son configuradores del espacio turístico por las prácticas sociales que llevan a cabo en el espacio, sin embargo, no son tomadores de decisiones respecto a lo que se hace o no en el contexto turístico. Los turistas gays sostienen relaciones con los residentes, empresarios, asociaciones y gobierno, por los servicios que les ofrecen, el ejercicio de poder es materializado por el gasto económico que realizan en los diferentes negocios con los empresarios, las aportaciones o donaciones que hacen para las asociaciones, los servicios de información y ayuda de las instituciones de gobierno. El contacto con los residentes es por el convivio que sostienen al hacer uso del espacio turístico.

Los residentes que forman parte de la comunidad LGBT+, en su mayoría gays que viven en la zona romántica y de Amapas, sostienen relaciones de poder con los demás actores analizados a través de las funciones de agrupación (a través de asociaciones) o por ejercer otras funciones, como el ser empresarios del sector turístico, además de que hacen uso del espacio turístico con mayor libertad y/o seguridad al sentirse protegidos por ser una zona amigable con la diversidad sexual. Sin embargo, tanto residentes gays como no gays, ejercen sus relaciones de poder a través de dos asociaciones de vecinos que las y los representan ante los demás actores: la asociación de vecino de Amapas y la asociación de vecinos de la colonia Emiliano Zapata (conocida como zona romántica); ambas asociaciones buscan la armonía del turismo con la funcionalidad y naturaleza del lugar, en otras palabras, que se respete la convivencia de residentes con el sector turístico.

Se identificó que los grandes tomadores de decisiones y ejercicio de acción sobre las acciones de otros actores, son los empresarios, asociaciones e instituciones de gobierno. A través del análisis cuantitativo de las redes se corroboró la importancia de estas relaciones (cfr. Tabla 4).

Tabla 4 Análisis de las redes sociales de los actores configuradores del espacio turístico gay friendly

NODO	TIPO	CONEXIONES	RELEVANCIA	INTERMEDIACIÓN	CERCANÍA	NUCLEARIDAD
E1	EMPRESARIO	30.00	1.00	6.98	0.93	12.00
E2	EMPRESARIO	29.00	0.90	13.35	1.00	12.00
A1	ASOCIACIÓN	19.00	0.70	1.96	0.78	12.00
G1	GOBIERNO	19.00	0.63	5.33	0.82	12.00
G3	GOBIERNO	19.00	0.70	1.71	0.74	12.00
A3	ASOCIACIÓN	18.00	0.68	0.88	0.74	12.00
R3	RESIDENTE	17.00	0.61	1.38	0.74	12.00
R1	RESIDENTE	16.00	0.51	3.86	0.74	12.00
R2	RESIDENTE	16.00	0.56	1.60	0.78	12.00
E3	EMPRESARIO	15.00	0.60	0.59	0.70	12.00
A2	ASOCIACIÓN	14.00	0.54	0.52	0.74	12.00
G2	GOBIERNO	12.00	0.51	0.08	0.64	12.00
T2	TURISTA	12.00	0.44	0.61	0.67	12.00
T1	TURISTA	7.00	0.27	0.09	0.61	7.00
T3	TURISTA	5.00	0.19	0.09	0.56	5.00

Fuente: elaboración propia, realizado en la plataforma onodo.org

El análisis de redes sociales (ARS), puede ser explicado de forma cualitativa y complementariamente en términos cuantitativos, en este apartado se explicará algunos elementos encontrados como la centralidad o número de conexiones, relevancia, intermediación, cercanía y nuclearidad.

#### Centralidad o número de conexiones

En el mapa se puede observar que los *empresarios*, en particular E2, dueño de cuatro bares LGBT en la zona romántica, tiene la red de relaciones más amplia, sucedido del empresario E1, y en tercer lugar A1, que es la asociación conformada por empresarios, en orden sucesivo estos tres actores sostienen 30, 29 y 19 conexiones respectivamente. De acuerdo a Molina (2001), los actores con mayor cantidad de relaciones son aquellos con mayor influencia dentro del grupo y suele ser una medida para medir el acceso a capital social en términos de Bourdieu, del cual pueden disponer en caso de requerirlo para ejercer el poder en las relaciones.

Una característica importante en cuanto al número de relaciones observadas del actor *turistas* es que se relacionan generalmente con el actor *empresarios* al visitar sus establecimientos, sin embargo, el contacto con los demás actores es prácticamente nulo. Los *residentes* también mantienen un número significativo de relaciones con los demás actores, debido a que todos ellos viven en la zona romántica, y así logran consolidar los lazos sociales con el resto de los actores, aunque en escalas distintas. Las *asociaciones* unidas a los *empresarios*, logran ser el eje articulador más realzado en el mapa (mayor número de conexiones, con 19, 18 y 14 respectivamente), lo cual establece una mayor influencia en las *relaciones de poder*, su conectividad logra modificar las relaciones sociales de los actores participantes en la zona romántica. De los tres actores de *gobierno* entrevistados, la presidencia municipal (G3) sostiene mayores lazos sociales establecidos en la red, con 19 conexiones.

### Relevancia o fuerza de los vínculos

La fuerza de los vínculos, explicado en palabras de Kuz, Falco y Giandini (2016), representa:

Los lazos o vínculos interpersonales definidos como conexiones portadoras de información entre personas o individuos. Se sostiene que los lazos interpersonales débiles son los más presentes en las redes sociales en la sociedad, así como los mayores responsables de la transmisión de información a través de dichas redes... la fuerza de un vínculo es una (probablemente lineal) combinación del tiempo, la intensidad emocional, confianza mutua y los servicios recíprocos que caracterizan a dicho vínculo. Las medidas que pueden ser aplicadas a una red social se dividen en tres tipos: globales, individuales e intermedias; dentro de las medidas individuales están el grado del nodo y la centralidad. El grado del nodo se determina por el número de conexiones que un individuo tiene y que pueden ser direccionadas o no direccionadas; las direccionadas tienen grado de entrada y grado de salida; las de entrada se calculan a partir del número de interacciones o mensajes de entrada de un individuo, las de salida se refieren al número de relaciones que salen de un nodo (Kuz *et al.*, 2016:99-101).

En esta red social, se puede observar cómo E1, así como E2 y A1, sostienen los lazos más fuertes a través de las conexiones de entrada y salida, lo cual en términos cuantitativos nos estaría diciendo que nuevamente los empresarios, poseen un nivel alto de prestigio reconocido por los demás, sumado a que tienen el mayor grado de influencia sobre los demás. Los actores con menor grado de influencia por su nivel de fuerza en los vínculos, nuevamente serían los turistas y residentes.



### Intermediación

El nivel de centralidad de intermediación, es el nivel en que los actores poseen mayor o menor liderazgo al poseer mayor control sobre los flujos de comunicación informal (Kuz *et al.*, 2016). En este caso, E2, E1 y G1, demuestran tener mayor liderazgo por el nivel de comunicación que sostienen con los demás actores que configuran el espacio en un territorio *LGBT friendly*.

### Centralidad de cercanía y nuclearidad

En el caso de los nodos (actores), con mayor centralidad de cercanía fueron E2 con, E1 con .93 y G1 con .82 respectivamente, lo cual significa que, aunque los nodos pudieran tener menores conexiones (que en este caso no es así), sus medios les permiten llegar a todos los puntos de la red más rápidamente desde cualquier otro punto, a través de estos nodos, con mayor cercanía, se puede monitorear el flujo de información de toda la red.

Finalmente, la nuclearidad representa la posibilidad de contacto con otros actores (nodos), prácticamente los actores T1 y T3 fueron los que resultaron con un nuclearidad menor (7 y 5 respectivamente), a diferencia de los demás actores con 12 posibilidades de uniones en sus vértices; lo cual nos representaría que son turistas cuya probabilidad de involucramiento con el resto de los actores es mínima.

## 5.4 Las relaciones de poder en red, juego de capitales en el contexto vallartense en la (re)configuración del ejercicio de poder

---

El marco de la (pos)modernidad y globalización ha permitido pensar en nuevas realidades sociales, expuesta por resistencias generadas en comunidades de sentido y de vida, que se encuentran en la periferia y en situaciones de exclusión, como la comunidad LGBT+, la cual a través de acontecimientos que desbloquean los flujos de los que está hecho el conflicto, promueven puntos de encuentro creativos en lógicas emancipatorias (Useche, 2012:95). A través de micro-poderes se busca entretejer redes que ponen en juego las subjetividades de los sujetos que no están representadas en la sociedad dominante y que fueron y siguen en muchos contextos, sometidas e invisibilizadas por el orden hegemónico.

Esos sujetos, turistas y residentes LGBT+, en periferias y en situaciones de exclusión, son *los que potencian* los movimientos de/en resistencia, al reconocer que el "sujeto no está hecho de una sola pieza, que también alberga la multiplicidad, que está en permanente tránsito y reconfiguración hacia un sujeto en vías de diferenciación... (que da entrada) al mundo de las subjetividades" Useche (2012:104); en un mundo global que es asimétrico y trata de unificar o absolutizar la sociedad, con un orden sedimentado en el cual se producen diferencias que permiten pensar en un orden no binario que daría cabida a "el ejercicio permanente de la búsqueda de lo que soy a partir de mis propias transformaciones" (Hellen y Pioto, 2012:103), en donde los *acontecimientos* tienen como operador al agenciamiento en colectivo, en red; que permite generar nuevos discursos, nuevas maneras de conectar y establecer relaciones que posibilitan pensar incluso en *desencasillar* la identidad, de algo inamovible y cerrado, a identidad(es) y subjetividad(es) en permanente construcción (Hellen y Pioto, 2012).

"Lo común nunca está dado de antemano. Está por construir, por producir. Y esta construcción implica la realidad de un conflicto, es decir de las asimetrías en las que estamos comprometidos y que, al desarrollarse, producen realidades comunes" (Benasayag y Del Rey, 2012). Por lo tanto, las identidades y subjetividades están enmarcadas en un orden heteronormativo, pero al mismo tiempo generan una disputa por el orden socio-sexual, producto de fuerzas históricas y sociales en donde la capacidad de agencia que tienen los actores LGBT+ les ha permitido configurarse y configurar un espacio turístico través de las relaciones de poder y las prácticas específicas (afectivas, amorosas, sexuales y turísticas), en un espacio turístico enclavado en la cultura hegemónica heteronormada, cargada de sedimentaciones heteronormativas donde la globalización ha permitido la ampliación de redes de poder socio-espaciales (locales, nacionales y globales) que en su intersección configuran esa cultura sedimentada de la sociedad mexicana, construyendo acuerdos de lo común con nuevos referentes que lograrán instituir de manera legítima ajustes que conlleven a la (re)producción social del (des)orden.

Con este marco de referencia presentado, se hacen algunas precisiones en las relaciones de poder que ha sido ejercidas por la coacción (o la posibilidad de ejercerla) y

mediante la construcción de significado partiendo de los discursos a través de los cuales los turistas y residentes LGBT+ han conducido sus prácticas.

Es importante aclarar que, derivado del estudio etnográfico desarrollado en Puerto Vallarta se corroboró que los turistas y residentes gays están más presentes en la configuración de la zona romántica y de Amapas, más del 90% de los turistas son hombres gays y el resto de la comunidad LGBT+ que visita la zona romántica es invisibilizada, excepto cuando se generan eventos especiales, en particular en el caso de las lesbianas durante la semana del Vallarta Pride (evento realizado en mayo que forma parte de la semana del orgullo en Puerto Vallarta). Los turistas gays visitan principalmente Puerto Vallarta por el nivel de amistad, respeto, tolerancia y aceptación que reciben en la zona romántica, así como los productos y servicios que encuentran en el territorio y que pueden disfrutarlos sin temor a ser discriminados.

...cuando haces un poco de investigación [de los lugares por visitar], existen sitios web que califica los diferentes lugares del mundo con diferentes criterios, uno de ellos es qué tan *gay friendly* es el lugar, yo había pensando visitar Tulum y esa área, pero no estaba tan bien calificado, todo lo demás [criterios] estaba genial pero, el nivel de “amabilidad gay” no estaba genial, y finalmente para mi después de pensarlo fue que era más importante ir a un lugar al cual sentirme yo mismo, en lugar de viajar a un lugar donde tuviera que tener cuidado acerca de quién soy y cómo me comporto (Turista extranjero, T2, entrevista etnográfica, 5 de diciembre de 2017)<sup>51</sup>

Porque acá [Puerto Vallarta] no puedes venir con familias, si venís con familias tenés que tener una familia bien *open mind*, el Argentina es bastante cerrada y cuando elegimos México, Puerto Vallarta y cuando dijimos ciudad gay una de las principales ¡vamos!, ¡vamos! Porque hay hombres hay lindos, hay playa tenés todo, tenés todo lo que busca un Argentino, sobre todo si quiere vacacionar; Cancún no tiene eso por supuesto que hay *gays*, hay lugares *gay*, paradores *gay*, pero es más familiar, no puede ser lo mismo, no te puedes liberar, si quieres ser una *jotita tapada* tenés que seguir tapada, no puedes liberarte, no puedes demostrar nada, acá sos libre de hacer todo, la gente te mira como si fuese de la familia y es más te sigue la corriente que en otros lugares no hacen eso... Yo me siento bien, salgo como quiero, me visto como quiero, salgo de la playa y ando caminando por la ciudad y la gente ni siquiera me ve, soy uno más, ni siquiera me ven feo. (Turista argentino (T1), entrevista etnográfica, 24 de enero de 2018)

Nótese que ambas entrevistas permiten destacar elementos de la decisión de incursionar en el destino turístico derivado de un elemento principal: sentirse libres de ser y hacer las actividades que como gays serían discriminadas en otros lugares. La expresión en el caso de

---

<sup>51</sup> La entrevista se realizó en inglés. Aquí se presenta la traducción realizada por el autor de la tesis.

T1 “sentirme yo mismo” y en el caso de T2 “acá sos libre de todo, la gente de mira como si fuese de la familia y, es más, te sigue la corriente que en otros lugares no hacen eso”, en la cual afirma incluso que el nivel de aceptación le permite sentirse en una situación familiar [de no discriminación].

Los turistas visitan Puerto Vallarta como destino *gay friendly* principalmente por la aceptación y seguridad que sienten de mostrar su identidad sin tener que cubrir elementos de ellas; como menciona T2 en el extracto transcrito: “Yo me siento bien, salgo como quiero, me visto como quiero, salgo de la playa y ando caminando por la ciudad y la gente ni siquiera me ve, soy uno más, ni siquiera me ven feo”, en esta expresión le permite decir que “no lo ven feo” por ser él y manifestar expresiones de su sexualidad e incluso “pasar desapercibido” en una situación naturalizada en el espacio.

Otra característica que ambos turistas señalan es el nivel “friendliness” o de amabilidad que se tiene hacia los gays para tomar la decisión de visitar el espacio, incluso ambos mencionan haber pensado primero en Tulum y Cancún respectivamente, pero la configuración del espacio, aunque tiene la infraestructura que ellos buscan y otras personas gays con las cuales relacionarse, no son reconocidas o percibidas de forma favorable como espacios *gay friendly*.

La decisión de visitar Puerto Vallarta por su trato amable hacia los gays permite que los turistas inicien su primer nivel de práctica económica en la configuración de la red: el consumo del espacio turístico mediante lo que ellos *valoran* a través de los procesos de producción y apropiación del valor dentro de las estructuras sociales. Castells (2009) define qué significa el *valor* en una sociedad en red:

el valor es, de hecho, una expresión del poder: quien ostenta el poder (que a menudo no es quien gobierna) decide lo que es valioso. En este sentido, la sociedad global no es innovadora. Lo que sí es nuevo es su alcance global y su arquitectura en red. Esto significa, por un lado, que las relaciones de dominación entre redes son fundamentales... están caracterizadas por una interacción constante y flexible... por otro lado, como la lógica de creación de valor, en tanto expresión de dominación, es global, quienes tengan un impedimento estructural para existir globalmente están en desventaja con respecto a aquellos cuya lógica sea inherentemente global (Castells, 2009:56).

En el caso de la sociedad red global del turismo gay, lo que es *valorado* principalmente es el sentido de no discriminación hacia la identidad de las personas en tanto turistas e

incluso residentes gays, dándole el peso jerárquico en la red para que se configure una trama de poder que se relaciona intrínsecamente con dos elementos: la cultura y el poder económico que permitirán poner en disputa la configuración del espacio en relación con los demás actores de la red.

Es necesario precisar que dos formas sociales emergentes de tiempo y espacio caracterizan a la sociedad red del turismo gay y coexisten con formas anteriores; el espacio de flujos y el tiempo atemporal (Castells, 2009). Las prácticas que realizan tanto turistas como residentes LGBT+ están conectadas en red, por lo que el espacio también lo está, con base en Castells (2009) se afirma que el espacio de flujos es aquel donde

las prácticas en red se basan en flujos de información procesados por tecnologías de la comunicación entre diferentes lugares... constituido por la articulación de tres elementos: los lugares en que se realizan las actividades (y las personas que las ejecutan), las redes de comunicación material que vinculan estas actividades y el contenido... de los flujos de información que desarrollan las actividades en términos de función y sentido (Castells, 2009:64).

Lo que modifica la experiencia como turista o residente gay es que, en lugar de encerrar el significado del referente de Puerto Vallarta como espacio libre de discriminación, se apoyan en la conexión global acerca de su experiencia local, a través de Internet que conectan esa experiencia producida en/con las culturas locales.

Los turistas (particularmente internacionales) han participado en esta sociedad red con ciertos capitales en disputa como el económico y el cultural, con prácticas específicas en el espacio como las afectivas, amorosas, sexuales y turísticas que han permitido configurar un campo del turismo gay en México, con capitales en disputa en el espacio local (vallartense) pero que tiene como referencia un contexto global.

El territorio entra en disputa como resultado del ejercicio de poder sobre el espacio, ejercido por sujetos que se ubican en una posición determinada en el espacio social de acuerdo con los capitales con los cuentan y ponen en juego, con el fin específico de crear espacios de no discriminación y de aceptación social. Estos sujetos en tanto actores con su capacidad de agencia buscarán en ese campo de relaciones de poder enfrentarse a resistencias o alianzas con los demás actores que se encuentran en la trama de poder.

... los agentes están distribuidos según el volumen global del capital que poseen bajo sus diferentes especies, y en la segunda dimensión según la estructura de su capital, es decir según el peso relativo de

las diferentes especies de capital, económico y cultural, en el volumen total de su capital (Bourdieu y Wacquant, 1995: 24).

Aunado a los turistas gays, los agentes presentes en este campo son: a) los residentes nacionales y extranjeros que también tienen una pertenencia socioterritorial; b) los empresarios que buscan generar la infraestructura para ofrecer productos y servicios a la comunidad LGBT+ a cambio de un incremento en su capital, son dueños de hoteles, restaurantes, bares, centros de masajes, tour operadores, dueños de inmobiliarias, entre otros; c) las asociaciones civiles que si bien pueden tener objetivos diferentes, lucharán desde su ámbito por configurar el espacio en un territorio amigable con los residentes y turistas LGBT+.

Resulta necesario construir la noción del turismo gay como campo, como un espacio social donde existen luchas entre sus agentes, con relaciones de fuerza, en donde existen quienes dominan el campo y que cuando visibilizan o se sienten amenazados desarrollarán estrategias para mantener su dominio. La violencia simbólica hacia la comunidad gay se traducirá en la violación de derechos humanos y en procesos de discriminación que incluso traen consigo violencia física.

Los turistas gays han sido identificados con un alto poder adquisitivo, mediante diversas estadísticas oficiales derivadas de organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo (2017) la cual en su segundo reporte sobre turismo LGBT afirma:

... mientras que los datos [estadísticos] están continuamente intentando explicar estas tendencias, los viajeros LGBT han sido reconocidos como un segmento que viaja con gran frecuencia y demuestran tener mayores patrones de gasto. [Adicionalmente] el cambio social y los esfuerzos por su reconocimiento legal y la protección de la comunidad LGBT alrededor del mundo ha significado que los consumidores LGBT se han hecho gradualmente más visibles y con esto, más fácilmente identificables como un segmento consumidor (OMT, 2017:13)<sup>52</sup>.

De esta afirmación, se puede identificar que el capital económico es reconocido por una institución de orden global, como lo es la Organización Mundial del Turismo, que marca las pautas en cuanto al turismo en el contexto mundial. En la afirmación “los viajeros LGBT han sido reconocidos como un segmento que viaja con gran frecuencia y demuestra tener

---

<sup>52</sup> Traducción del inglés al español, realizada por el autor de la tesis.

mayores patrones de gasto”, denota el reconocimiento del capital económico con el cual entran en juego en las relaciones de poder, su poder adquisitivo para comprar productos y servicios especializados para la comunidad LGBT+, el cual es directamente convertible en dinero e incluso se puede transformar en capital cultural y social (Bourdieu, 2000).

Resulta necesario evidenciar de esta afirmación que realiza la OMT, la visibilización que es más evidente de la comunidad LGBT con el reconocimiento social y legal de sus derechos humanos en diferentes países del mundo, lo cual los hace “más fácilmente identificables como un segmento consumidor” (OMT, 2017), al reconocerlos como parte de la sociedad entonces ahora sí son susceptibles de ser sujetos que pueden disfrutar del turismo al igual que resto de los turistas (heterosexuales).

Una realidad es que no todos los miembros de la comunidad LGBT+ son igualmente visibilizados, en el caso de la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta los que predominan (visiblemente) son los gays con una minoría de lesbianas (la mayoría empresarias y algunas trabajadoras en instituciones de gobierno), y el resto de la comunidad diversa no es visible en la zona romántica de Puerto Vallarta. La zona romántica en Puerto Vallarta ha enfocado sus esfuerzos por generar infraestructura y servicios destinados particularmente para comunidad de hombres gays y es lo que inicialmente ha generado una mayor atracción de esta comunidad a Puerto Vallarta. En las decisiones acerca de la configuración del espacio, el turista y residente gay, se pone al centro de la discusión en este espacio que, si bien es turístico y se ha configurado de esta forma a lo largo de seis décadas, la realidad es que también es construido, configurado, visitado y apropiado por residentes mexicanos y extranjeros todos los días del año.

El capital económico que poseen los empresarios, les ha valido como recurso estratégico para desarrollar planes de atención a la comunidad LGBT+, pero en términos generales lo que ellos defienden en sus discursos es el capital social que tienen a través de las relaciones sociales con otros empresarios lo que les ha hecho generar una comunidad que defiende los derechos humanos LGBT+ y lograr configurar un espacio en que pueden tener los residentes y que los turistas disfrutan cuando visitan la zona romántica.

Como comunidad es más fácil entendernos, si tuviéramos que andar lidiando con la otra parte del pueblo no sería tan fácil [se refiere a los residentes que no apoyan a la comunidad LGBT+], yo creo que

el éxito es que somos comunidad, se ha construido [la zona romántica como *gay friendly*] y ha estado más fuerte con el tiempo porque hemos encontrado más alianzas como comunidad, esto que está pasando del gay Pride [hubo una división entre empresarios y ACT LGBT en mayo 2018] créeme que no es lo mejor que nos puede pasar, no hay que dividirnos porque no vamos a ganar, de hecho ganaría otro destino, ganarían otras situaciones pero no Vallarta y no la comunidad, creo que vamos muy bien... (Empresario, E2, entrevista etnográfica, 7 de febrero de 2018).

Al referirse a la comunicad vallartense, específicamente a la comunidad gay, este empresario denota que sí han ganado espacios y un respeto para la comunidad, esto es producto de las alianzas que sostienen como comunidad con asociaciones, con otros empresarios e incluso invitando al gobierno municipal a participar en este proceso de configuración del espacio en un territorio libre de discriminación contra la comunidad gay. La Asociación de Comercios y Turismo LGBT AC se constituyó para gestionar ante el gobierno municipal los derechos a manifestarse pacíficamente en los *Gay Pride*.

El ayuntamiento, tú sabes la historia, el asunto es que ACT LGBT se constituyó porque el ayuntamiento no quería dar permiso para que hubiera *gay pride*, no querían prestar el espacio público para que no hubiera ningún tipo de evento que tuviera que ver con la comunidad LGBT. Se tuvo que hacer una organización de negocios para demostrarles que el turismo LGBT genera un derrama económico importante para Puerto Vallarta y por ende había que respetar a las personas LGBT, o sea, y eso a lo mejor es un síntoma de los tiempos que vivimos del neoliberalismo económico no sé, se tuvieron que presentar números y razones económicas para que se pudiera respetar algo que constitucionalmente se tuvo que haber respetado... porque a la hora que entienden que hay una consecuencia positiva de la comunidad LGBT, alguien que no es LGBT tiene la apertura porque hay beneficio económico, eso puede abrir la puerta para que haya un mejor entendimiento y a parte hay que respetar y todo eso, pero también puede quedar ahí... (Empresario, E2, entrevista etnográfica, 7 de febrero de 2018).

Como lo asienta el empresario E2, la relación con el gobierno municipal de Puerto Vallarta como actor, no es un proceso que ha sido fácil, tuvieron que unir el capital económico y visibilizarlo, así como el capital social (Bourdieu, 2000) que se generaba de las alianzas de todos los empresarios que apoyan la comunidad LGBT+ para ser escuchados y que les permitieran hacer uso del espacio público para que hubiera una marcha del orgullo gay.

Estas alianzas en red que mencionan los empresarios, y que durante la estancia etnográfica que se vivió en Puerto Vallarta se pudo constatar, ha configurado sus alianzas en una cultura de la sociedad en red:

es una cultura de protocolos de comunicación entre todas las culturas del mundo, desarrollada sobre la base de una creencia común en el poder de las redes y de la sinergia obtenida al dar y recibir de los demás. El proceso de construcción material de la cultura de la sociedad red está en marcha. Pero no se trata de la difusión de la mentalidad capitalista a través del poder ejercido por las élites dominantes



heredadas de la sociedad industrial. Tampoco de las propuestas idealistas de los filósofos que sueñan con un mundo de ciudadanos abstractos y cosmopolitas. Es el proceso por el cual actores sociales conscientes de diferentes orígenes aportan a otros sus recursos y creencias, esperando recibir lo mismo a cambio y más aun: compartir un mundo diverso que acabe con el miedo ancestral de los otros (Castells, 2009:68).

Esos “otros” a los que hace alusión Castells (2009) en el caso vallartense, es la comunidad LGBT+ que ha sido discriminada y violentada y por la cual la red de actores en Puerto Vallarta ha generado significados culturales de coexistencia, aludiendo al respeto y aceptación social mediante un intercambio de beneficios que le genera a la comunidad vallartense al respetarlos y aceptarlos. Una estrategia que tiene de base capitales económicos y sociales que son puestos en juego y en donde el Estado es socio-históricamente un actor que participa y ejerce acciones en las redes de poder.

En la sociedad en red de Castells (2009), el Estado es referido a instituciones de gobernanza de la sociedad y sus organismos de representación política institucionalizadas que gestionan y controlan la vida social. En el caso de Puerto Vallarta, el Estado es representado en el gobierno municipal con sus diferentes dependencias de la administración pública, con su cabildo que aprueba o deroga leyes para sus ciudadanos, sin embargo, el nivel de gobernanza en el caso Vallartense, tiene injerencias del gobierno federal mexicano e influencia de organismos internacionales como la ONU, OMT y la ILGTA.

El estado pretende afirmar la soberanía, el monopolio de la toma de decisiones sobre sus súbditos... extiende su autoridad a los extranjeros bajo su jurisdicción. Y mantiene relaciones de cooperación, competencia y poder con otros estados (Castells, 2009:68).

El nuevo estado red (Castells, 2009) en Puerto Vallarta, se materializa principalmente en la figura del edil y su cabildo municipal, pues al compartir su responsabilidad entre distintos niveles de gobierno, como el del Estado de Jalisco y el gobierno federal mexicano que han aprobado derechos para la comunidad LGBT+, el gobierno municipal se caracteriza por la flexibilidad en sus procedimientos, lo cual permite implementar las reformas legislativas en materia de DDHH. Además, la autoridad local presenta una mayor diversidad en el contacto entre gobiernos y ciudadanos a través de la escucha principalmente los ciudadanos agrupados en asociaciones civiles.

El Estado en Puerto Vallarta, a través de sus administraciones públicas, ejerce su poder y relaciones de dominio en el campo del turismo gay, el respeto y cero discriminación hacia la comunidad LGBT+ que se busca desde ciertas posiciones como la del actual edil vallartense (2018-2021), no siempre son permeadas en todos los niveles de su gobierno, existen casos de abuso físico, violación y extorsión por elementos policiacos en el territorio de la zona romántica, uno de los empresarios y residentes del espacio vallartense relata:

hemos tenido muchos casos en que se han visto violados los derechos humanos, la gente lo ve como un abuso al turista [gay], pero desde los policías que roban al turista... policías que los ultrajan, les vacían la cartera, o la tarjeta e incluso al quererlos secuestrar hasta que no les dan las cosas [el dinero o cosas de valor que posea el turista gay] y de ahí pues si es un viacrucis porque hacemos presión con las autoridades que son las que nos deben de apoyar, ¿no?, porque no nada más están ultrajando los derechos humanos si no que, es cierto están menguando un futuro turista que regrese... tuve un caso de unos amigos de Toronto que los policías los agarraron saliendo del Paco-Paco [bar gay], y los pusieron como *santo cristo* a los pobres, les encajaron dos veces el rifle en las costillas y desde luego no les quedaron ganas de volver [a Puerto Vallarta] (Empresario, E2, entrevista etnográfica, 7 de febrero de 2018).

Este tipo de situaciones fue manifestada con diferentes actores entrevistados que refirieron casos de violaciones físicas efectuadas por elementos policiales como práctica para despojar a los turistas y residentes gays de sus pertenencias materiales, situación que es minimizada por diferentes instancias gubernamentales al decir que no los asaltan o sufren violencia física o simbólica por el hecho de ser gays, si no por el hecho de son elementos policiales malos que se retiran del servicio público al conocer la situación.

Aquí hay otro problema, que es exactamente esta situación, los abusos que se cometen se cometen por un policía abusivo [que] no lo hace para el *gay* o para el no *gay*, ¡no, no!, es abusivo con todo el mundo nada mas que cuando es así, ellos [los gays] creen [que] porque son, es igual que el otro punto como yo he hablado con ellos, no es que el [policía] diga que porque es *gay* lo voy a robar. O porque es gay, ¡no!, es gente negativa que los hemos corrido, hemos quitado muchísima gente, gente que viene de otros lugares buscando trabajo y se integran [al gobierno]. Y sucede eso con el mesero, con el cocinero, con todo el mundo, cuando no entienden el concepto de servicio. Pero esa es una tendencia porque como ahora hay una marca en que dicen hay homofobia hacía los homosexuales, a entonces por eso fue, no, no es por eso... (Secretario de Turismo Municipal, G2, entrevista etnográfica, 7 de febrero de 2018).

En esta conversación sostenida con el Secretario de Turismo Municipal, se reconoce, pero minimiza, la situación abusos y asaltos cometidos hacia la comunidad gay, sosteniendo que sucede porque los elementos policiales son negativos, que vienen de otros lugares, es decir, no son de Puerto Vallarta y además no entienden el concepto de servicio. El pronunciamiento de discriminación es evitado e insivibilizado dando por hecho que son los

gays los que aluden que son violentados y discriminados por ser gays y no porque los policías los vean como tal y decidan violentarlos.


Coordinar una política desde el gobierno municipal significa tener un idioma común con un conjunto de valores compartidos, en este sentido, el respeto y la aceptación social de la comunidad LGBT+ en toda la ciudad de Puerto Vallarta sería el objetivo de la política en común, y no sólo en algunos espacios como el territorio de la zona romántica. No está claro que exista aun dicha compatibilidad entre los diferentes niveles de gobernanza en Puerto Vallarta.

En el caso de la red de actores establecida dentro del campo del turismo gay en Puerto Vallarta, depende de dos mecanismos básicos para ejercer el control sobre otros, primero, con la capacidad de generar la red con objetivos específicos, como generar mayor derrama económica derivado del gasto de turistas y residentes LGBT+, respaldados con el argumento de no discriminación y de aceptación social para la comunidad diversa, y en segundo lugar, con la capacidad de conectar diferentes redes y actores que comparten objetivos y combinan capitales (económicos, culturales y sociales), como lo hace la sociedad civil a través de asociaciones, los empresarios y los turistas y residentes que demandan no sólo la infraestructura para realizar sus prácticas, si no la generación de un espacio en el cual pueda ser y hacer lo que en otros lugares no se les permite por su orientación sexual.

Lo común de la red son las ideas, visiones, marcos y proyectos que tienen como eje las identidades de la comunidad diversa, tal es el caso reciente de la unión de la red creada entre residentes, empresarios y asociaciones de orden civil e instancias del gobierno municipal que colaboran para el desarrollo de la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta, en la búsqueda y concreción de dos proyectos: 1) la aprobación del reglamento para prevenir y eliminar la discriminación en el municipio de Puerto Vallarta, Jalisco, que fue aceptado y publicado en agosto de 2018 (cfr. Imagen 7) y; 2) el hermanamiento con la ciudad de San Francisco, formalizado en septiembre de 2018. Ambos proyectos, buscan proyectar y consolidar la presencia y fuerza de la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta y no únicamente en territorio de la zona romántica.

El reglamento fue gestionado principalmente por una asociación de orden civil formado por residentes LGBT de Puerto Vallarta, denominado Colectivo Vallarta LGBT desde el año 2016 y fue apoyado por la comunidad de empresarios y otras asociaciones que apoyan a la misma comunidad diversa, quienes con la suma de sus capitales y gracias a su posición en la estructura social, ejercieron su poder para lograr su aprobación.

### Imagen 7 Presentación de la aprobación del Reglamento para prevenir



**PUERTO VALLARTA**  
GOBIERNO MUNICIPAL 2015 - 2018

Calle Independencia#123,  
Col. Centro C.P.48300

01 (322) 2232 500

presidencia.municipal@puertovallarta.gob.mx

www.puertovallarta.gob.mx

**REGLAMENTO PARA PREVENIR Y ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN EN EL MUNICIPIO DE PUERTO VALLARTA, JALISCO.**

**CAPÍTULO I**

**DISPOSICIONES GENERALES**

**ARTÍCULO 1.** Las disposiciones de este Reglamento Municipal son de orden público y de interés social. Es reglamentario de los dispositivos internacionales en materia de derechos humanos en los que el Estado Mexicano es parte y de la Ley Estatal para Promover la Igualdad, Prevenir y Eliminar la Discriminación en el Estado de Jalisco, y se aplica a todas las personas físicas y morales dentro del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco.

El objeto del mismo es prevenir y eliminar todas las formas de discriminación, en el municipio de Puerto Vallarta, ejercidas contra cualquier persona en los términos del artículo 1º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y los tratados internacionales aplicables, así como promover la igualdad real de oportunidades y de trato.

**ARTÍCULO 2.** Corresponde a las y los servidores públicos de la Administración Pública del Municipio de Puerto Vallarta, Jalisco, observar, regular, intervenir, salvaguardar y promover, el goce y ejercicio efectivo de los derechos fundamentales en condiciones de equidad e igualdad de las personas, consagrados por el orden jurídico mexicano, el derecho internacional de los derechos humanos y que tutela el presente reglamento y la Ley Estatal para Promover la Igualdad, Prevenir y Eliminar la Discriminación en el Estado de Jalisco.

Fuente: <http://puertovallarta.gob.mx/2018-2021/Gobierno/Normatividad.php>

Una vez aprobado el Reglamento, sirvió como fundamento legal y soporte para formalizar el hermanamiento con la ciudad de San Francisco, California, la cual es considerada como la ciudad ícono y modelo de la comunidad gay en el mundo. Este proyecto fue apoyado por la misma comunidad de empresarios, asociaciones y residentes vallartenses que buscan generar un sentido de mejora, no discriminación y respeto de derechos humanos de la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta, así como su aceptación social.

## Imagen 8 Puerto Vallarta y San Francisco, ciudades hermanas LGBT

### HERMANAMIENTO DE SAN FRANCISCO Y PUERTO VALLARTA QUEDARÁ FORMALIZADO EL 29 DE SEPTIEMBRE

ESCRITO POR REDACCIÓN AZ NOTICIAS ON 21 AGOSTO 2018. POSTED IN [PUERTO VALLARTA](#)  
*Ambos destinos destacan en inclusión y hospitalidad; se esperan grandes beneficios turísticos, sociales y de negocios*

*Por Daniela González*

Puerto Vallarta tendrá una nueva ciudad hermana: San Francisco, California. Se ha confirmado que será el próximo 29 de septiembre cuando en presencia del cónsul de esa ciudad californiana se realice en este destino la toma de protesta de los respectivos comités, lo que se espera traiga grandes beneficios en promoción turística, impulso al segmento LGBT, a la inclusión, los derechos humanos, y también al desarrollo regional de la industria del software.

La formalización del hermanamiento de Puerto Vallarta con San Francisco se concretará el 29 de septiembre con la toma de protesta de los Comités de Ciudades Hermanas, cuyos integrantes se darán a conocer en los próximos días.

Para la ceremonia protocolaria fue invitado el secretario de Turismo de Jalisco, Enrique Ramos Flores, así como un representante de la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información (Canieti), por el tema de los posibles proyectos con empresas de Silicon Valley.

De acuerdo a la regidora Susana Rodríguez, quien preside la Comisión de Turismo del Ayuntamiento de , el proceso de integración del comité, de once personas, estuvo sometido a una dictaminación y la aprobación del cabildo.

Precisó que siempre hay un tema rector de los comités, "en este caso es la comunidad Lésbico Gay Bisexual Transgénero -LGBT-, que implica el tema de la inclusión, los derechos humanos, dado que ambas ciudades destacan en su tolerancia, apertura y respeto a este segmento social y turístico".

San Francisco es uno de los principales mercados para Puerto Vallarta, con vuelos directos todo el año, una vez a la semana incluso dos, con este hermanamiento se buscará ampliar el flujo turístico y también el de la segunda industria para este destino, como puede ser el de las nuevas tecnologías, el desarrollo de software, de apps, en esta rama de la innovación.

Además, San Francisco cuenta con el Silicon Valley más desarrollado de Estados Unidos, "y por ello consideramos que aquí también se puede aprovechar, Jalisco es precursor en la materia y creemos que es muy compatible con el turismo, ese sería uno de los grandes logros, el poder dejarle a Vallarta una nueva ventana de oportunidades económicas".

Para el director del Fideicomiso de Turismo Puerto Vallarta, Javier Aranda Pedrero, este tipo de hermanamientos son relevantes para fortalecer la promoción turística de este destino en ciudades y regiones con mucho potencial, de forma que el contacto permanente entre representantes de ambos destinos fortalezca el intercambio turístico, cultural y de negocios.

El Fidetur felicita a quienes hicieron posible el hermanamiento Puerto Vallarta-San Francisco, que, tanto por el ámbito turístico, como por el de la posibilidad de abrir una nueva plataforma de inversiones y negocios, podría ser uno de los más importantes para este destino, y alcanzar niveles de beneficios como los que se históricamente se han logrado con Santa Bárbara, California y Highland Park, Illinois.

Fuente: AZ Noticias, 2018

De la nota se destacan los dos elementos que se han mencionado como fundamentales en la formación de la sociedad red LGBT+ en Puerto Vallarta: 1) beneficios en promoción turística, por ende, mayor derrama económica y; 2) impulso, inclusión y respeto de los DDHH de la comunidad LGBT+ en la comunidad. Se observa, que aparecen nuevas instancias de gobierno como actores en este entramado como la Secretaría de Turismo del estado de Jalisco, el Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta, la CANIETI y de orden global, los representantes del gobierno en San Francisco.

La acción en colectivo de los diferentes actores que ponen en juego sus capitales (económicos, culturales, sociales y simbólicos) logran introducir nuevas instrucciones y códigos en la programación de la red (Castells, 2009), que en el caso de la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta lograron la aprobación de reglamentos que garantizan el respeto de las minorías y permitieron la creación de acuerdos para seguir operando como red con un mayor grado de visibilización, presentando resistencias al poder mediante la colaboración con esos mismos poderes.

Una característica de la sociedad red es que tanto las dinámicas de dominación como las de resistencia están basadas en la formación de redes y en la estrategia de ataque y defensa mediante redes (Castells, 2009:81).

La dominación y la resistencia a la dominación en el caso de la comunidad LGBT en Puerto Vallarta han cambiado de carácter, adecuándose a la estructura social que se va modificando, permitiendo gobernar al poder y resistir como contrapoder en forma de red, procesando sus acciones que resultan contradictorias en algunas ocasiones pero que logran influir en la toma de decisiones que les atañen, mientras que otros integrantes de la comunidad resisten en luchas mediante el activismo de protesta.

Para cerrar este capítulo, se afirma que entender las relaciones de poder en la sociedad de la red global es prioritario, y se destaca que estas relaciones de poder se encuentran entramadas en las articulaciones entre lo global y lo local y se realiza mediante redes, no mediante personas o unidades individuales. Sin embargo, se evidencia que también existe la exclusión de la red (Castells, 2009), red que se ha ido (re)configurando derivado de los procesos que se van dirimiendo y de los capitales que se ponen en juego, lo cual diferencia a los participantes de la red dependiendo de sus capitales (económicos, culturales, sociales), algunos de ellos entran por su capital económico, otros por su capital cultural en forma de conocimientos que aportan para enriquecer la resistencia, algunos de ellos con su capital social en forma de relaciones sociales que les permiten abrir y cerrar puertas de negociaciones y otro más por el capital simbólico que representan y suma en la red. La exclusión en la red, cambia y “permite incluir lo valioso en lo global mientras que se excluye lo local devaluado” (Castells, 2009: 82), la reproducción social busca mantenerse con dos variantes: obtención de mayores beneficios y variación en el ejercicio del poder.

El ejercicio del poder a través del monopolio de la violencia y después mediante la construcción de significado con discursos disciplinarios, son dos formas globales de ejercer el poder en red (Castells, 2009); una dominación estable en el caso vallartense que ha logrado imponer las relaciones de poder en la red, acudiendo a mesas de negociaciones complejas entre los diferentes actores involucrados, cuyo fin es mejorar los objetivos que cada quien persigue en sus diferentes programas pero con un eje en común, la comunidad diversa LGBT+.

En el siguiente capítulo se presentan las prácticas afectivas, amorosas, sociales y turísticas con las que la comunidad LGBT+ practica el espacio, formas de vivir, resistir, pensar, luchar y transformar las realidades que se construyen en el contexto turístico de las colonias Emiliano Zapata (zona romántica) y Amapas, en la ciudad de Puerto Vallarta.

## Capítulo 6. Prácticas y actores: turistas, residentes, instituciones de gobierno, asociaciones y empresarios en Puerto Vallarta, Jalisco

---

Lo que llamo Sujeto no puede existir si no es afirmación de la libertad de un ser situado en unas relaciones sociales, unas relaciones de dominación, un entorno cultural y técnico (Touraine, 2000:87).

La configuración de los espacios turísticos *LGBT friendly*, es un fenómeno social que se está construyendo con base en la vida cotidiana (Berger y Luckmann, 1986), es decir, un fenómeno donde las prácticas que realizan los Sujetos-Actores de la comunidad LGBT+ (turistas, residentes) y la comunidad heterosexual, están enmarcadas en un contexto (pos)moderno que lo está permitiendo, pero cuya sociedad tiene prácticas sedimentadas (Retamozo, 2009)<sup>53</sup>. En este sentido, la tensión se piensa en el (des)orden socio-sexual que provoca un grupo minoritario que da entrada no sólo a las identidades, sino al encuentro de las subjetividades (Useche, 2012).

El contexto espacio-temporal de Puerto Vallarta es un caso particular en el desarrollo de prácticas e intersubjetividades con respecto a las identidades de la comunidad LGBT+, aunque la ciudad se ha declarado como un lugar *LGBT friendly* (amigable, por su traducción al español) a través de su edil en 2017, la realidad es que en la vida cotidiana, las muestras de respeto, afabilidad, cortesía y trato amistoso con la comunidad LGBT+ se han visto reflejadas desde los años cincuenta del s. XX, periodo en el que el arribo de turistas es evidente en el puerto e inicia el desarrollo de prácticas por una comunidad que aun no lograba su visibilización en el mundo, mucho menos en el contexto mexicano.

Aunque profusos son los cambios que han ocurrido desde aquellos primeros turistas identificados o nombrados como homosexuales o con prácticas sexuales diferentes a la que marca o establece la heteronormatividad, aun en el contexto contemporáneo, no dejan de estar diferenciadas precisamente por la identidad de las personas que las practican, es decir, una identidad basada en la orientación sexual de los turistas y en algunos casos en su identidad de género.

---

<sup>53</sup> Si bien los turistas y residentes LGBT+ son los dos actores principales en este capítulo, no se puede dejar de lado que las prácticas, discursos y subjetividades están contextualizadas y ancladas a los otros tres actores clave de esta tesis: empresarios, asociaciones y gobierno.



La identidad de los sujetos pertenecientes a la comunidad LGBT+, como residentes y turistas, se coloca como un proceso abierto y multifacético, anclado en normas de la cultura mexicana pero influenciados por otras culturas debido al contacto con sujetos pertenecientes a otros países, cuya cultura difiere de la mexicana, sin embargo, lo que prevalece es que es un proceso abierto, que finalmente tendrá como característica el *performance* del sujeto en una cultura dada (Boria, 2015:203) en la cual se manifiesta una anormalidad, al poner en duda y escindir de los marcos heteronormativos de la heterosexualidad debido a la forma en la que se expresan, viven y llevan a cabo prácticas turísticas en Puerto Vallarta .

Como afirma Giménez, la identidad es tan importante que sin ella no podríamos describir lo que sucede en una comunidad o dinámica social, pues es con y a través de la misma que podemos explicar las acciones y las interacciones sociales de los diversos actores que intervienen en la configuración del espacio turístico de la zona romántica de Puerto Vallarta, explicando una parte de la realidad al tomar en cuenta el "...conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos, creencias)... en un espacio históricamente específico y socialmente estructurado" (Giménez, 2002:38).

Cabe acotar que la cultura mexicana es un espectro tan amplio como los colores que podrían desprenderse de un caleidoscopio, sin embargo, tiene características que podrían generalizarla en el ámbito de la sexualidad como: patriarcal, machista y basada en un rol familiar de hombre-mujer e hijos para conformar una familia desde los marcos heteronormados. Desde luego que los miembros de la comunidad LGBT+ en muchos casos no son reconocidos ni nombrados e incluso se prefiere no hablar del tema, aunque se conozca su orientación sexual en el ámbito familiar.

Entendida como una construcción social, la identidad colectiva LGBT+ permite hacer visibles y reconocer a grupos ignorados que, si bien interactúan con otros, por su diferencia misma no ponen en duda la estructura social, sino que la refuerza, ya que al ser nombrados, nuevamente entran en la dinámica de control. Tal es el caso de las lesbianas, gays, bisexuales y transexuales, quienes buscarán adaptar a través de diferentes estrategias, esa legitimación hetero-nombrada siguiendo sus propios parámetros, logrando así mantener la identidad exo-impuesta, pero adaptada en el tiempo y espacio con un marco estructural específico.

Es precisamente a través de lo que Bourdieu llama nominación, que a los sujetos de la comunidad LGBT+ se les ha instituido una identidad social constante y duradera que le(s) garantiza su rol en tanto agentes, es decir, se trata de la conformación de un sujeto cuyo conjunto de propiedades y características que lo instituyen adquieren soporte a partir de ser nombrado (Bourdieu, 1997). Sin embargo, esa identidad exo-impuesta es (re)construida con base en el performance y el repertorio cultural de los sujetos (Boria, 2015; Giménez, 2002).

Lo que se sostiene desde el planteamiento del problema de esta tesis es que en el contexto mexicano actual, la sociedad se rige a través de una cultura heteronormativa legitimada y hegemónica, donde por ejemplo, el matrimonio es entendido como la unión de vida entre hombre y mujer; la comprensión del sexo se reduce en muchos casos a la práctica central para la procreación; la monogamia es promovida como una práctica sexo-afectiva deseable; y donde se espera una atracción sexual por el género opuesto, así como una expresión de género acorde con el sexo asignado al nacer. Cuando estas características propias de la cultura dominante nacional se contrastan con el contexto vallartense, se afirma que la situación no difiere por completo con el resto del país. Sin embargo, en Puerto Vallarta se abre un resquicio en el orden establecido para dar paso a prácticas sociales diferenciadas por la preferencia sexual de los sujetos que las llevan a cabo, prácticas que en particular en la zona romántica de Vallarta se han ido abriendo camino, se han ido instalando y posibilitando en algunos sectores de la comunidad hasta formar parte de la vida cotidiana, al menos en lo que a turismo se refiere, para legitimarse desde el orden socio-sexual y jurídico.

En el *Reglamento de Policía y Buen Gobierno* de Puerto Vallarta (2014) se establecen mediante diferentes ordenamientos jurídicos municipales, las infracciones y sanciones de las personas que infrinjan las reglas municipales. En su artículo 38 fracción III, este reglamento sanciona la discriminación por prácticas homofóbicas, definiendo como infracciones o faltas a la dignidad de las personas y en contra de los derechos humanos:

Toda conducta de menosprecio a la dignidad de las personas, así como cualquier comportamiento discriminatorio, sea de contenido xenófobo, racista, sexista u homófobo o de cualquier otra condición o circunstancia personal o social de hecho, por escrito o de palabra, mediante insultos, burlas, molestias intencionadas, coacción psíquica o física, agresiones u otras conductas vejatorias. (Reglamento de Policía y Buen Gobierno, 2014:6)

Con lo anterior, el cabildo municipal buscó dar certeza, tranquilidad y respeto de sus

ciudadanos hacia la comunidad LGBT+ a través de una fracción de artículo, en abril de 2018 es aprobado el *Reglamento antidiscriminación para la comunidad LGBT*. Las conductas en detrimento de la comunidad homosexual son sancionadas en el espacio cuando a través de escritos o palabras (prácticas) molestaran, agredieran, se burlaran y/o insultaran a una persona por ser o tener prácticas homosexuales o propias de otra minoría perteneciente a la comunidad LGBT+.

En términos del mismo *Reglamento de Policía y Buen Gobierno*, las prácticas de la comunidad LGBT+ que son naturalizadas o aceptadas en Puerto Vallarta sin ser objeto de discriminación son aquellas que no falten a la moral y buenas costumbres vallartenses:

... IX. Ejecutar actos indecorosos por cualquier medio; XI. Sostener relaciones sexuales o actos de exhibicionismo obsceno en la vía o lugares públicos, terrenos baldíos, centro de espectáculos, interiores de vehículos, o sitios análogos, o en lugares particulares con vista al público; XII. Invitar, permitir y ejercer públicamente la prostitución o el comercio carnal; XX. Realizar cualquier acto contra la moral y las buenas costumbres impuestas por la sociedad en sitios públicos o privados con vista al público (Reglamento de Policía y Buen Gobierno, 2014:8).

Se citan en particular esas cuatro fracciones por ser discordantes con algunas prácticas realizadas por turistas y/o residentes de la comunidad LGBT+ en la zona romántica, las cuales en ocasiones están avaladas por empresarios o suceden dentro de los negocios creados para la diversión y esparcimiento de dicha comunidad y, también porque la fracción XX. " actos contra la moral y buenas costumbres ..." puede abarcar un sinnúmero de prácticas que quedan al libre juicio de los policías, jueces y tribunales:

BUENAS COSTUMBRES. Las buenas costumbres constituyen un concepto del cual los autores han buscado la precisión y se ha llegado a esta conclusión: todo lo que hiera la moralidad es contrario a las buenas costumbres, y la jurisprudencia poco a poco ha considerado que hay un criterio de moralidad en la sociedad y que es el ambiente social la fuente de aquéllas. De manera que no es necesario precisar con toda exactitud en qué consisten las buenas costumbres porque ningún legislador lo precisa, sino que se deja a la apreciación de los tribunales (Semanao Judicial de la Federación 1954:581).

Así que cualquier práctica realizada por la comunidad LGBT+ en el espacio vallartense podría ser considerada en contra de la moral y buenas costumbres de acuerdo con el reglamento mismo. Lo cual deja al descubierto una inconsistencia en las reglas, por un lado, no se permite la discriminación y por el otro, se establece el control y vigilancia sobre las prácticas de esta parte de la sociedad que vayan en contra del orden social establecido en la comunidad.

Tal cual lo decía Monsiváis (2001) en su crónica de la "Gran Redada"<sup>54</sup>

Lo más significativo del episodio de los 41 es, desde luego, la Redada con su negación absoluta de los derechos humanos y civiles. A partir de ese momento, se sienta jurisprudencia y lo que viene es legal porque ya lo fue: redadas continuas, chantajes policiacos, torturas, golpizas, envíos a las cárceles y al penal de las Islas Marías. Sólo se necesita una frase en el expediente: "Ofensas a la moral y las buenas costumbres". No hace falta más, no hay abogados defensores (en el caso de *los jotos* ni siquiera de oficio), no hay juicios, sólo caprichos judiciales dictados por el prejuicio y "el asco". Y la sociedad, o la gente que se entera, encuentra normales o admirables esos procedimientos (Monsiváis, 2001).

Retomando el punto de las prácticas encontradas en el espacio vallartense se clasificaron en esta tesis en cuatro diferentes grupos: afectivas, amorosas, sexuales y económicas en el contexto turístico de la vida cotidiana.

Las prácticas que a continuación se describen tienen como base un contexto turístico de playa en la contemporaneidad y que, tal como afirman Berger y Luckmann, (2012:34) presentan "una realidad interpretada por los hombres y que ellos tienen un significado subjetivo de un mundo coherente". En otras palabras, el fenómeno turístico que se presenta en la zona romántica se da como una realidad dada en la sociedad que participa del turismo y que tiene su origen en sus pensamientos y acciones que se ven materializados en la realidad y se entrelazan por un sentido común proveniente de la intersubjetividad.

Las prácticas observadas que se analizan fueron observadas en la vida cotidiana del espacio turístico a través de la experiencia subjetiva e intersubjetiva de los actores involucrados: turistas, residentes, empresarios, asociaciones civiles, gobierno.

En esta tesis las prácticas turísticas son consideradas como prácticas sociales y fueron analizadas como prácticas afectivas, amorosas, sexuales y económicas que tienen lugar en el espacio turístico de la Zona romántica y de Amapas en Puerto Vallarta.

### 6.1 Prácticas afectivas: besos, caricias y otras muestras de afectión

*La afectión, es decir, la emoción que me afecta, que me toca, se desprende de la imagen de la cosa que me alegra o me entristece. Me entristece aquello que atenta o descomponen mis relaciones con el mundo; me alegra aquello que ayuda a componer o a crear nuevas relaciones con el mundo. (Reguillo, 2010, p.5)*

En el mundo contemporáneo que compartimos, las relaciones sociales se entretienen a través

---

<sup>54</sup> Describe el aprisionamiento y castigo de 41 homosexuales participando en una fiesta: "A las tres de la mañana del domingo 18 de noviembre de 1901, en la céntrica calle de la Paz (hoy calle Ezequiel Montes) la policía interrumpe una reunión de homosexuales, algunos de ellos vestidos de mujer" (Monsiváis, 2001).

de diversas prácticas sociales de convivencia que tienen la posibilidad de afectar en forma de potencia (Spinoza citado por Deleuze, 2008), una de las prácticas sociales que suelen generar afecciones es la práctica social denominada turismo.

Para Spinoza, "afecto es lo que efectúa la potencia, lo que en un momento dado llena mi potencia, efectúa mi potencia... pueden ser percepciones luminosas, percepciones visuales, percepciones auditivas, todas ellas son afectos. Pueden ser sentimientos. Los pensamientos también son afectos y existen dos polos de existencia (principales): la tristeza y la alegría" (Spinoza citado por Deleuze, 2008).

En el turismo es prácticamente inexistente el estudio de las emociones desde lo sociocultural, es decir, los estudios que relacionan turismo y emociones informan acerca de qué prácticas o destinos les producen mayor o menor placer y/o satisfacción, sin embargo, la información es analizada bajo premisas mercadotécnicas, buscando mejorar el producto turístico para lograr su mejor mercantilización.

En turismo, pareciera que las implicaciones de las emociones, como la solidaridad, están fuera de foco y se invisibiliza, sin embargo, Reguillo (2013) afirma que emociones como la solidaridad, "equivale a sentir con otros, a imaginar un bien común para y con otros". Como lo muestran las entrevistas realizadas a distintos actores del espacio turístico LGBT+ de Puerto Vallarta, es posible el análisis de una comunidad marginada y mancillada por años que ha encontrado un espacio para ser ella misma, para ser y hacer lo que la sociedad le ha negado bajo el contexto tradicional de familia y cultural de la heterosexualidad.

Acá sos libre de hacer todo, la gente te mira como si fuese de la familia y es más te sigue la corriente, en otros lugares no hacen eso (Turista argentino (T1), entrevista etnográfica, 24 de enero de 2018).

El turista argentino, T1, visitó por primera vez Puerto Vallarta en 2017, lo hizo acompañado de un amigo y ambos radican en Argentina, expresa que él fue capaz de sentirse "libre de hacer todo", desde caminar y no sentirse agredido por su orientación sexual, andar por las calles de la zona romántica y playa de Los Muertos con un amigo con el cual pudo conversar y demostrarse el cariño de amigos sin tener que preocuparse por algún ataque verbal o físico.

El turista inglés comparte que el conocer un espacio turístico como la zona romántica

fue revelador:

Yo me he encontrado en el gimnasio como una persona normal, en donde puedo convivir con mucha gente gay. Siento que es mucho más fácil vivir en un lugar en el que no me tengo que preocupar por mi seguridad que se ve amenazada por mi orientación sexual. Hay algo en esta zona que definitivamente la convierte en un lugar con identidad gay. Ha sido revelador para mí el vivir en un espacio que no sigue las reglas del mundo heterosexual. He visto qué tan diferente es vivir una vida en un espacio así y me encanta (Turista inglés (T2), entrevista etnográfica, 5 de diciembre de 2017).

En la entrevista se puede observar que el vivir en un espacio heterosexual lo afecta sin saberlo, dado que vive inmerso en una vida cotidiana que no le permite tener otro espacio para comparar, mientras que, en su estancia en Puerto Vallarta, prácticas como ir al gimnasio y encontrar otras personas gays con las cuales tener conversaciones lo hacen sentir seguro, liberado del miedo y la preocupación que le provoca un espacio heteronormado.

En ocasiones, suele pasar desapercibido que prácticas como hacer ejercicio e incluso sostener una conversación para un sujeto de la comunidad LGBT puede ser imposible de realizar debido a que su orientación sexual o identidad de género se vea revelada y, por ende, pueda recibir violencia física o simbólica, a través de comentarios, gestos o golpes que no respetan la diferencia. El mundo heterosexual en el cual está sumergido el turista inglés (T2) en su vida cotidiana le ha dicho que hay una forma de vivir y al encontrarse como turista en zona romántica de Puerto Vallarta le ha permitido ser y actuar libremente como el hombre gay que es.

Cuando se enfatiza la posibilidad de juzgar de forma interna o externa, se hace alusión a que el principal juez de muchas de las acciones que realiza un sujeto es en primer lugar el mismo sujeto que las realiza, derivado del proceso de intersubjetividad en el que ha estado inmerso durante su vida, además de aquello la sociedad o parte de ella espera como parte de su comportamiento.

Prácticas tan simples como transitar en un espacio pueden ser peligrosas y de alto riesgo cuando las realizan los gays, bisexuales, lesbianas, trans, en particular, aquellos que físicamente manifiestan una identidad diferente para la sociedad, es decir, demuestran con su apariencia física, tal vez ser hombres con cierto grado de femineidad que difieren del ser el hombre viril, macho o masculino que espera la sociedad heteronormada; ser una mujer con características físicas de un hombre; ser un trans con un proceso de transformación física

que no permite identificar claramente si se es hombre o mujer, en el sentido dicotómico de las expresiones de género.

Se debe agregar el hacer, actuar fuera de lo esperado, es decir, si eres hombre o mujer, deberás actuar conforme a eso, prácticas como besarse entre hombres o acariciarse denota homosexualidad; abrazar a una amiga podría ser síntoma de lesbianismo.

En los casos anteriormente expuestos, destacan una apariencia física y actuaciones que van en contra de la normalidad impuesta por la sociedad, ser (físicamente) y hacer (actuar) acorde a la definición sexo-genérica con la que se nació, es un deber si no se quiere ser violentado, porque parte de la sociedad no respeta las prácticas de una comunidad diversa que no encaja con las solicitudes de actuación del mundo heterosexual.

En la zona romántica, se pueden hacer muchas cosas, pero todo se debe hacer respetando a la sociedad, de acuerdo con una residente que nos expone:

Especialmente los *gays*, porque aquí se sienten más libres que en cualquier lado y vienen aquí y se desfogan, ¿me entiendes?, hacen sus sueños realidad y nosotros, mientras no haya cosas públicas, son libres de venir aquí, los queremos mucho, nomás que haya un cierto respeto... la intimidad es para la cama... que respeten para ser respetados... (Residente (R1), entrevista etnográfica, 29 de enero de 2018).

Los límites de las prácticas que realiza la comunidad LGBT+ en el espacio están en el respeto que les demuestran a sus habitantes, particularmente, en no demostrar actividades íntimas en público.

Si se alude a las emociones derivadas de las prácticas afectivas, es para entender la compleja relación entre los diversos actores que configuran dichas prácticas turísticas en la contemporaneidad, en donde los contextos de violencias, pobreza y despojo son invisibilizados.

Afirma Spinoza, citado en Deleuze (2008), "yo defino las cosas, los seres, etc. por una cantidad de potencia" y lo que sucede y se comparte en las prácticas turísticas, antes de su realización, durante ellas y después, son afectos de tristeza o alegría que potencian a las personas, en tanto turistas, comunidades receptoras de turistas o prestadores de servicios turísticos; en otras palabras, las emociones son propias de todos los sujetos inmersos en el turismo y no únicamente del turista, las relaciones sociales son afectadas por la emoción que los toca.

En este sentido se colocan las prácticas afectivas entre gays permitidas por un orden legitimado en el espacio de una comunidad LGBT+ que expresa alegría por poder hacerlo, en los siguientes apartados se dará cuenta de las prácticas que realiza la comunidad LGBT+ en el espacio, y que es posible realizarlas por el marco de respeto e igualdad que hay en la zona romántica de Puerto Vallarta:

#### a) Reuniones de amigos en espacios públicos

Ser libres para reunirse con quien se quiera en un espacio público, no es un derecho garantizado para la comunidad LGBT+ en todos los espacios públicos del mundo; en Puerto Vallarta, es una práctica social común, reunirse con amigos para desayunar, comer, cenar, ir a la playa juntos o asistir a bares o discotecas es algo normal, la gente no ve la práctica de asociación como algo perverso o en contra de los mandatos sociales, por lo que los turistas y residentes practican el espacio libremente, con el apoyo de empresarios que facilitan el establecimiento de lugares *LGBT friendly* para hacer énfasis en que todxs son bienvenidxs y la comunidad mencionada es parte del todo.

En la imagen 9 se puede observar a diversos grupos de amigos reunirse en un bar gay sobre la calle Olas Altas de la zona romántica, evento que se repite día con día desde el desayuno hasta el amanecer en diferentes restaurantes, bares y discotecas.

Imagen 9 Reunión social en el bar gay Apaches



Fuente: autoría personal.



Imagen 10 Bar Flamingo



Fuente: autoría personal.

b) Actuar "femeninamente" o "jotear"<sup>55</sup>

El actuar femeninamente o "jotear", es una práctica común que se observa en los bares, la playa, restaurantes y espacios públicos, incluso se ven hombres masculinos (barba, velludos de pies a cabeza, musculosos) caminar femeninamente en tacones, como se puede observar en la imagen 11, capturada durante la estancia etnográfica.

Imagen 11 Hombre caminando en tacones



Fuente: autoría personal.

---

<sup>55</sup> Término usado en el argot gay, que refiere actitudes femeninas acentuadas por la exageración y que pueden ser realizadas por hombres o mujeres.

Imagen 12 Travestis promocionando sus espectáculos



Fuente: autoría personal.

c) Otras actividades diferenciadas para turistas por su preferencia sexual

Otro espacio abierto a las diversas demostraciones de afecto y amistad entre miembros de la población LGBT+ son los tours que salen del espacio de la zona romántica pero que se ofertan en Puerto Vallarta para gays o lesbianas en particular<sup>56</sup>, la seguridad y el respeto con respecto a la actuación de los integrantes está garantizada para no sufrir discriminación.

Estas prácticas presentadas, representan un elemento configurador de las relaciones sociales que se gestan con y por el turismo, en espacios públicos de confluencia que ponen en contacto a los seres humanos, sin importar su orientación sexual y/o identidad de género en la práctica social descrita, sino su rol como ser humano en una práctica social que los (re)configura a través de las emociones y al mismo tiempo configura el orden social en Puerto Vallarta al permitir muestras de afecto que en el orden social heterosexual no son bien vistas o permitidas socialmente.

La construcción y denominación de la identidad en los sujetos ha dado paso a entender lo que Reguillo denomina como "lo social en el sujeto (subjetividad); aludiendo a la apropiación y elaboración que el sujeto hace del mundo, marcada siempre por la experiencia

---

<sup>56</sup> Hasta el momento de la redacción de esta tesis, no se encontró ninguna práctica de asociación turística nombrada para bisexuales, trans u otro miembro de la comunidad LGBT+.

y la trayectoria de vida... moldeada por las instituciones, familiares, escolares, estatales, etc." (Reguillo, 2015:5), en este sentido es que se piensa que la subjetividad de los actores analizados en esta tesis incide en las prácticas turísticas que realizan residentes y turistas LGBT+ que logran configurar el espacio turístico en amigable y, al mismo tiempo, es a través de las prácticas que realizan estos actores LGBT+ que se logran (re)configurar las subjetividades de los actores que intervienen en la configuración del territorio vallartense.

## 6.2 Prácticas amorosas románticas, más allá de los límites

---

En el amor romántico, los afectos y lazos, el elemento sublime del amor, tienden a predominar sobre el ardor sexual. La importancia de este punto difícilmente puede ser sobreestimada. El complejo del amor romántico es, a este respecto, tan inhabitual en la historia, que Max Weber lo describe como un ingrediente de la ética protestante. El amor rompe con la sexualidad a la vez, que la incluye. La "virtud" asume un nuevo sentido para ambos sexos, y ya no significa sólo inocencia, sino cualidades de carácter que seleccionan a la otra persona como 'especial' (Giddens, 2004:27).

Si hablar de amor romántico a la manera de Giddens (2004) significa un "afecto y lazo sublime con otra persona especial", entonces, se trata de otra práctica realizada en el contexto turístico por la comunidad LGBT+ que ha transformado el espacio vallartense. Ver amigos andar por las calles, plazas, playas, bares o restaurantes y practicar afectivamente el espacio es una cosa, pero ver dos hombres besarse o acariciarse románticamente, observar dos mujeres rozar sus mejillas o incluso ver a un travesti caminar con su pareja de la mano, son prácticas de resistencia ante una sociedad que ha institucionalizado una pareja formada entre hombre-mujer, ver una pareja heterosexual en el espacio vallartense es común, tan común y normal es verla en cualquier parte del mundo, sin embargo, ver una pareja de la comunidad LGBT no es tan normal para parte de la sociedad que interactúa en Vallarta, tal cual lo relata un residente de la zona romántica:

... yo creo que en toda mi experiencia, he tenido como dos situaciones que me sacan de mi realidad... en una ocasión, estábamos con unos amigos en un condominio que está en la calle Olas Altas, ¿sabes...?, tú asumes, es más ni asumes, es como parte de tu día a día, tú sabes que es normal ser gay... entonces estaban mis amigos en la alberca y se besaron, se dieron un beso y viene una señora y les dice: ¡delante de nosotros no lo hagan, pueden hacer sus cosas en la privacidad de su habitación!... ¡todo por un beso! (Residente (R3), entrevista etnográfica, 13 de octubre de 2017).

Para el residente (R3), fue un suceso increíble de presenciar, debido a que, para él, la sociedad ha legitimado el proceder de las parejas diversas en público, incluso una práctica como la de la señora puede ser objeto de litigio como acto de discriminación, el residente

(R3) se defendió de la tensión vivida al expresar:

que le digo: ¡señora pues qué le pasa, está mal o qué!, si no le gusta, usted váyase a su cuarto, esta es un área común y no estamos haciendo nada malo... usted lo debería de saber... y viviendo en este vecindario, viviendo en esta comunidad, la verdad es que se te olvidan (este tipo de situaciones), o sea te lo juro... (Residente (R3), entrevista etnográfica, 13 de octubre de 2017).

Con esta acción el residente (R3) y su pareja de amigos, (re)marcan el límite de la actuación de la vecina que intenta poner un límite al beso de la pareja conformada por dos gays y la cual es contenida por un sentimiento de apropiación territorial, "este espacio es nuestro, la que está fuera de su espacio es usted, si no le gusta... váyase".

Se observa cómo el espacio turístico también es resultado de la valoración y apropiación que se le da a un espacio (Giménez, 2000; Valera, 1993; Vidal, 2005) y dicha apropiación puede ser analizada desde un aspecto utilitario del espacio, al aprovechar y explotar el territorio (instrumental-funcional) y también se piensa como un espacio de sedimentación de simbolismos y cultura, en el cual surgen sentimientos de apego (Giménez, 2000; Altman y Low, 1992; Vidal y Pol, 2005) que ha permitido lograr una relación de identidad-apego colectivo que genera un sentido de apropiación o re-apropiación en los sujetos que interactúan y se relacionan en el territorio, en otras palabras, se piensa que el espacio de esparcimiento turístico puede ser (re)apropiado y (re)significado por sentimientos de apego y afecto.

Las prácticas amorosas que realiza la comunidad LGBT+ en la zona romántica están inmersas en una realidad construida socialmente que tiene un contexto histórico (Berger y Luckmann, 2012), sostenida por una estructura social tradicional, sin embargo, la realidad se va construyendo/ y reconstruyendo, tomando en cuenta que se encuentra constreñida por una estructura social que no ha cambiado por completo, pero que muestra resquicios en su estructura que son utilizados por la comunidad LGBT+.

Sin embargo, tal como lo afirma Lahire (2006), pensar esa construcción de la realidad, es pensar en el peso de la visión histórica del problema, pues de lo contrario se caería en un escenario en donde todo se juega a cada instante como producto de sentidos intersubjetivos y contextuales, es decir, desde cuándo se construyó, con qué fines, cómo ha ido

evolucionando o involucionando respecto a la disputa del (des)orden sexo-social que se ha gestado en este espacio turístico en construcción.

La narrativa del fragmento de entrevista anterior da cuenta de las disputas por el orden social desde las tensiones incorporadas en una ciudadana que aun formando parte del contexto turístico vallartense como residente y/o turista, experimentó un conflicto frente una práctica que pone en duda un orden socio-sexual basado en una pareja heterosexual. Es así como puede entenderse cómo para ciertos miembros de la comunidad vallartense, un beso entre hombres se entienda como propio de la intimidad y no una práctica que debiera realizarse en un espacio público compartido, la práctica *per se* no es realmente el origen de la tensión, es la pareja de hombres que se dan el beso lo que resulta problemático.

La producción/reproducción de la sociedad en Puerto Vallarta es producto justamente, de los sujetos en el tiempo, situados en un espacio en el cual se ha permitido realizar determinadas prácticas sociales que en otros lugares no se han legitimado, pero donde los sujetos con agencia, tal como afirma Giddens (2006), han podido modificar a través de sus prácticas las estructuras, que si bien los han constreñido y en algunos casos lo siguen haciendo. También los *han habilitado* con discursos y prácticas que en el pasado era impensables, debido a las reglas establecidas (lineamientos jurídicos y morales) y que con la capacidad de los actores involucrados se han logrado modificar para permitir(les) ciertas prácticas y dar paso a un posible (re)ordenamiento social.

Sin embargo, existe una serie de prácticas sedimentadas en la vida cotidiana que obstaculizan el flujo de las ideas, de las emociones y de las subjetividades, se puede ver cómo la (re)producción social se ve amenazada por las diferentes prácticas sociales de minorías en situación de exclusión, que no encajan en el orden binario dominante, pero que en el marco de la (pos) modernidad y la globalización han buscado formas de resistir con acciones que perturban el orden social y limitan su reproducción, al enfrentarse con sujetos que tienen una capacidad de agencia.

Algunas de las prácticas amorosas románticas que se observaron en el trabajo etnográfico van desde tomar de la mano a la pareja, besarse, bailar juntos hasta tener relaciones sexuales (prácticas que se analizan en el siguiente apartado), estas prácticas

fueron descritas por algunos de los actores participantes como algo frecuente en el espacio, lo cual es consistente con la noción de que la construcción social de la zona romántica está cimentada en el respeto a la comunidad gay. El amor romántico inicia desde el cortejo, el cual puede iniciar con unas palabras de amor y en muchas ocasiones ese amor romántico se consume en el matrimonio.

#### a) Tomarse de la mano

En el espacio vallartense de la zona romántica se ven cientos de parejas de la diversidad sexual, tomarse y caminar de la mano, paseando por las calles, por la playa demostrando que la dominación simbólica de la cual son sujetos se ve eliminada, logrando a través de esta práctica modificar su visibilidad al evitar la discreción a la suelen estar sujetos en otros espacios por su preferencia sexual (Bourdieu, 2015). La práctica de tomarse de la mano con la pareja es algo tan común en las relaciones heterosexuales que desde luego se considera natural, sin embargo, en el caso de las parejas diversas la situación cambia, la realidad social les ha enseñado que el mundo se construyó en un binarismo, sí, pero escrito y pensado para las relaciones hombre-mujer, así que cualquier variación de esta dupla sale del estándar y se vuelve en algo que llama la atención.

Durante la estancia etnográfica, se sostuvieron diferentes conversaciones con parejas gays, al ser cuestionados sobre su estancia en la ciudad, ellos aseguraron haberse sentido tranquilos, seguros, respetados, pero sobre todo felices por tener el privilegio de tomarse de la mano, besarse y andar en las calles de una ciudad mexicana sin presiones sociales. Uno de ellos, originario de Guadalajara y residente en Chicago, confiesa haber dejado México por dos razones: 1) por una oportunidad laboral y 2) por sentirse libre y protegido respecto a su orientación sexual comparado con su antigua residencia en León, Guanajuato. No obstante, considera que Puerto Vallarta era un destino seguro para expresar su amor.

b) Besos, caricias y otras formas de expresión de amor romántico

Giddens (2004) afirma que el amor romántico comenzó a hacerse notar a finales del siglo XVIII, sin embargo, ese privilegio quedó acuñado para las parejas heterosexuales; el besarse, acariciarse e incluso convivir con la pareja durante los últimos siglos fue un privilegio obtenido para los heterosexuales (Giddens, 2004: 40) y que incluso ser homosexual, fue considerado hasta 1973 como un trastorno mental de acuerdo al Manual de desórdenes mentales de la Asociación Americana de Psiquiatría (APA)<sup>57</sup>, por lo que pensar en prácticas amorosas gays en público antes de esa fecha resultaba poco probable. La Organización Mundial de la Salud siguió consintiendo que la homosexualidad fuese considerada desorden mental hasta el 17 de mayo de 1990, fecha en la que se aprobó su desclasificación como tal en el International Statistical Classification of Diseases and Related Health Problems (ICD-11).<sup>58</sup>

Durante el proceso etnográfico vivido en Puerto Vallarta, se pudo observar que las lesbianas son el segundo grupo que se visibiliza en la realización de prácticas de la diversidad sexual.

Es justo en medio de esta lucha que se genera un terreno de alta conflictividad en el que emergen demandas realizadas por identificaciones etarias, culturales, sexuales y de género, en el espacio urbano y mediático que pugna por derechos y reconocimientos que buscan precisamente una legitimación y que tienen sus bases en la construcción de significado compartido entre dominantes y dominados, que permitirán (re)establecer el orden socio-sexual al reconocer(les) las identidades (Arfuch, 2005).

En este sentido, se presenta un acto sucedido en Puerto Vallarta que ha sido narrado con dos versiones diferentes del suceso, se presenta este hecho con el fin de evidenciar que aun cuando existe mayor libertad y seguridad para los miembros de la diversidad sexual en la Zona Romántica aun existen prácticas sedimentadas de discriminación y odio que

---

<sup>57</sup> Una historia con más detalles acerca del movimiento LGBT es provista por el Dr. Bonnie J., en el sitio web de la APA, <http://www.apa.org/pi/lgbt/resources/history.aspx>, consultado el 27 de abril de 2018.

<sup>58</sup> El boletín completo sobre este suceso puede ser consultado en el sitio web de la Organización Mundial de Salud a través de la siguiente liga electrónica <http://www.who.int/bulletin/volumes/92/9/14-135541.pdf>

prefieren evitar verlos y que incluso suscitaron un hecho aislado para la comunidad gay en ese espacio pero no descarta la posibilidad de sucesos de discriminación por más turístico y amigable que sea el espacio.

El suceso fue descrito como un robo en diferentes medios impresos y redes sociales, tal como lo describe en su nota Noticiaspv.com, diario local publicado en internet:

#### **Balean a turista extranjero en la plaza Lázaro Cárdenas**

24 marzo 2018

Por Adrián De los Santos

NoticiasPV

Durante la madrugada de este sábado 24 de marzo del 2018, dos turistas masculinos de origen extranjero, que caminaban por el parque Lázaro Cárdenas, de la colonia Emiliano Zapata, al parecer, los intentaron asaltar y, de lo que se presume uno de ellos se opuso, resultó con un balazo en la pierna derecha. El delincuente escapó del lugar y el lesionado quedó tirado sobre la banqueta, en espera de que fuera auxiliado. En los alrededores donde ocurrió el hecho, un guardia de seguridad se percató de la situación y llamó al 911, en espera de la llegada de los paramédicos. Rápidamente, acudieron los socorristas para brindarle los primeros auxilios. Mientras tanto, el guardia seguridad privada narró a las autoridades que los turistas iban caminando por el solitario parque, a la altura de la calle Pino Suárez, cuando de pronto les salió al paso un sujeto, que intentó asaltarlos, después observó que empezaron a discutir y segundos después le efectuó una detonación a uno de ellos en la pierna. En ese momento, el turista fue reportado como estable, según los paramédicos, quienes esperaron el arribo de la ambulancia, para llevarlo al hospital. Sin embargo, nunca llegó la ambulancia de los bomberos, toda vez que justificaron había otros servicios por atender, pero llegó una ambulancia privada que se encargó de llevar al baleado al nosocomio.... Esta madrugada fue atacado de un balazo, un turista de origen extranjero, cuando andaba caminando junto con uno de sus amigos por la Plaza Lázaro Cárdenas. El par de turistas caminaban rumbo a la zona de antros que se encuentran por esa zona, cuando fueron interceptados por un sujeto, el cual al parecer intentó asaltarlos, pero al oponerse al atraco, el sujeto comenzó a agredirlos a golpes y enseguida les efectuó un disparo, dejando a uno de los extranjeros tirado en el piso, con un balazo en la pierna... (NoticiasPV, consultado el 24 de marzo de 2018)<sup>59</sup>

Sin embargo, esta historia no concuerda con lo que narra la pareja gay conformada por Marc Lange y Carl Blea, quienes aseguran a través de su cuenta de Facebook,<sup>60</sup> que no se trató de un robo, sino de un crimen de odio y que las autoridades buscaron encubrir el hecho:

---

<sup>59</sup> Se puede consultar la nota periodística completa en:

<http://www.noticiaspv.com/balean-a-turista-extranjero-en-la-plaza-lazaro-cardenas/>

<sup>60</sup> Se puede acudir a la publicación en:

<https://www.facebook.com/marc.lange.589/posts/10215875475182408>



*Imagen 13 Crimen de odio en Puerto Vallarta: Marc Lange*



Fuente: <https://www.facebook.com/marc.lange.589/posts/10215875475182408>

Como se observa en la imagen 13, Marc Lange, turista gay norteamericano, paseaba de la mano con su pareja, hecho que desencadenó que un hombre les gritara, sacara un arma y les dispara, aseguran que no hubo testigos y que esta historia fue tergiversada por las autoridades. En su primer post (ver imagen 14) realizado el mismo 24 de marzo de 2018, Marc Lange incluso aseguraba que la nota no iba ser difundida, por lo que pedía a sus conocidos compartirla a través de redes sociales, pues asegura que la intención del sujeto armado era matarlos. Cabe hacer mención que el sujeto agresor no ha sido capturado.

Si fue crimen de odio o intento de robo, lo crucial es el suceso que pareciera fortuito para una pareja gay en un parque que se encuentra en medio de la zona romántica y que queda en el camino de cientos de turistas que acuden a los centros nocturnos como bares, restaurantes o discotecas y que nunca habían presenciado un evento de esta naturaleza en la historia vallartense.

## Imagen 14 ¿Encubriendo un crimen de odio?



**Marc Lange** 🙏 se siente triste con Carl Blea en 📍 Puerto Vallarta. ...  
24 de marzo · 🌐

I post this only because there has been no local press or alerts made to the puerto Vallarta area.

Last night we were involved in nothing more than a hate crime.

Last night my husband and I were walking home hand in hand from an evening out in puerto Vallarta. As we cross the street walking into a well lite area, Cardenas Lazaro park, we pass a white car and a person who looked like he had done hard time in prison, wife beater and tattoos both face and body (circle tattoo on right side of face). As we walk pass him he shouts something. I turn to look and then turn away, Carl Blea looks and see this person pull out a gun which is now pointed at us. Carl begins to run and pulls me away from the shooter. A bullet is shot and Carl goes down. Shot. We have no idea what is happening. A concrete building separates us from the shooter. I scream for help..... someone finally helps, police arrive, 45 min later the ambulance arrives.

This person was there for no other reason than to kill innocent people. We happened to be his target. There is nothing in the local newspaper or news warning people of this incident. Please share with anyone who is there.

Please....

Fuente: <https://www.facebook.com/marc.lange.589/posts/10215871563284613>

La declaración de la Asociación de Comercio y Turismo LGBT AC (ACT LGBT), emitió un comunicado a través de su presidente:

**Comunicado de ACT LGBT A.C sobre incidente de Carl y Marc**  
27 marzo, 2018

Nos entristece saber sobre el incidente de Carl Blea y Marc Lange este fin de semana y les deseamos una pronta recuperación. Creemos que éste es un incidente aislado y aleatorio, y definitivamente no forma parte de la experiencia LGBTQ cotidiana de Puerto Vallarta.

Puerto Vallarta es uno de los principales destinos turísticos de México, y el único destino de playa con un barrio gay. La Zona Romántica no es un desarrollo o producto turístico, sino un vecindario que ha crecido orgánicamente como parte integral de Puerto Vallarta. Los visitantes LGBTQ son, y siempre han sido, bienvenidos en Puerto Vallarta en general y por su gran comunidad local LGBTQ.

De cualquier estándar, Puerto Vallarta es uno de los destinos más progresivos en lo que respecta a la comunidad LGBTQ. El matrimonio igualitario ha sido legal en el estado de Jalisco desde hace tres años y las ceremonias del mismo sexo se han realizado en lugares del destino durante años. Puerto Vallarta abrió un Centro LGBTQ para turistas en 2016, brindando asistencia proactiva a los visitantes. Act Lgbt A.C. y Vallarta Pride trabajan continuamente con los funcionarios del gobierno de la ciudad y su policía

en la sensibilidad y la comprensión de la comunidad local LGBTQ. El alcalde, la policía de la ciudad y la policía turística incluso han marchado en el Desfile del Orgullo de Vallarta Pride, que el año pasado atrajo aproximadamente 17,000 visitantes internacionales a Puerto Vallarta.

La policía de Puerto Vallarta ha estado con las víctimas desde que se atendió el incidente y las autoridades de todos los niveles se han enterado de la situación. Nosotros mismos hemos estado en constante comunicación con el Director de Seguridad Pública para garantizar que todo esté bien y asegurarnos de que el informe policial y la denuncia se haya completado correctamente de conformidad con la legislación mexicana. Esto se hizo el lunes 26, permitiendo a la policía proceder y continuar la investigación con la intención de arrestar a la persona responsable de este ataque. También nos comunicamos con Marc y Carl para ofrecerles nuestro apoyo y asistencia en nombre de las diferentes asociaciones y organizaciones locales LGBTQ.

Nuestras simpatías están con Carl Blea y Marc Lange y esperamos que continúen regresando a Puerto Vallarta.

Sinceramente,

---

Armando Sánchez / presidente ACT LGBT A.C.

Derivado del atentado presentado hacia los dos turistas, se desarrolla claramente el conflicto entre los diversos actores del territorio vallartense, mientras que los turistas violentados aseguran haber sido víctimas de un “crimen de odio” por su preferencia sexual y sostienen que los medios de comunicación locales lo quieren encubrir mediante un “asunto de robo”, los turistas afectados a través de sus redes sociales como Facebook, aseguran que nunca intentaron robarlos si no matarlos, por un sujeto “que parecía haber pasado una dura experiencia en la cárcel”.

Por otro lado, la asociación civil ACT LGBT AC a través de su presidente, sostiene que es un “incidente aislado y aleatorio, ajeno a la vida cotidiana de Puerto Vallarta” que es un destino “progresivo respecto a la comunidad LGBTQ” donde “Los visitantes LGBTQ son, y siempre han sido, bienvenidos en Puerto Vallarta en general y por su gran comunidad local LGBTQ”.

Más allá de quién tuvo la razón o quién dice la verdad, esta situación devela que la asociación civil que agrupa a empresarios minimiza la situación al nombrarlo como un hecho aislado y asegura que no fue un tema de crimen de odio porque los turistas y residentes LGBT+ son bienvenidos. Incluso añaden que trabajan en colaboración con el gobierno

municipal para buscar y detener al responsable y asegurar que todo esté bien con respecto a la denuncia.

Lo que se trata de visibilizar con este suceso y los discursos que de este provinieron, es que aun cuando Puerto Vallarta es reconocida como una ciudad *LGBT friendly*, no está exenta de sedimentaciones subjetivas que podrían salir de lo común en el espacio, por lo cual es preciso decir que, "lo común nunca está dado de antemano. Está por construir, por producir. Y esta construcción implica la realidad de un conflicto, es decir de las asimetrías en las que estamos comprometidos y que, al desarrollarse, producen realidades comunes" (Benasayag y Del Rey, 2012).

El mismo presidente de ACT LGBT a través de la nota, legitima con su discurso que el destino ha permitido que turistas vengan a realizar ceremonias de matrimonio pues "El matrimonio igualitario ha sido legal en el estado de Jalisco desde hace tres años y las ceremonias del mismo sexo se han realizado en lugares del destino durante años", habilitando discursivamente otra práctica que realizan los turistas al planear sus visitas a Puerto Vallarta.

### c) Matrimonio

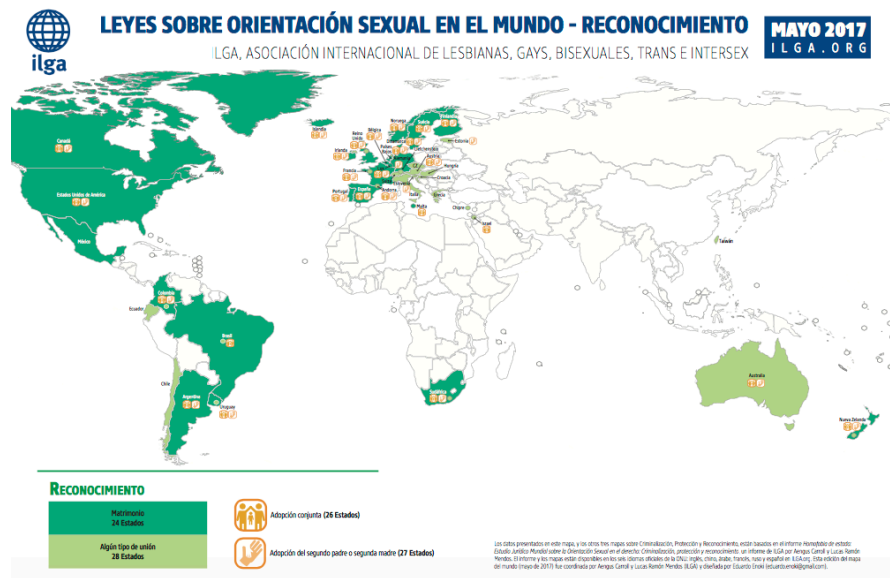
Múltiples son pues las paradojas en la evolución de esta práctica que, al mismo tiempo que busca sus avales en la autoridad, se convierte en un asunto cada vez más importante en la vida privada. Se libera de los objetivos económicos y sociales que la valorizaban y, a la vez, se generaliza. Deviene para los esposos más y más constrictiva y simultáneamente suscita actitudes más y más favorables, como si cuanto más exigiera, más atrajera. El matrimonio se vuelve más común como práctica, más público como institución, más privado como modo de existencia, más fuerte para ligar a los cónyuges y, por consiguiente, más eficaz para aislar a la pareja en el campo de las otras relaciones sociales (Foucault, 2010: 88).

El matrimonio (heterosexual) es un contrato social que sostiene el orden legitimado del modelo socio-sexual occidental, por lo cual resultaba imposible el incluir a la comunidad LGBT+ en un contrato social que marcaba claramente el orden social establecido. La práctica matrimonial (igualitaria) fue legalmente permitida a partir de 2016 en Puerto Vallarta.

El reconocimiento de la comunidad LGBT para que obtuviera acceso al matrimonio fue concedido por primera vez en Maryland, Estados Unidos en 1973 y de acuerdo a la ILGA (2017) son 24 Estados los que reconocen el matrimonio como un derecho como de la

comunidad LGBT+, mientras que otros 28 Estados reconocen algún tipo de unión civil entre los miembros de la comunidad LGBT+ sin aceptar la institución del matrimonio; 52 Estados de 124 que existen en el mundo, lo cual si bien significa un avance durante los últimos 44 años, lo cierto, es que en términos políticos, otras asociaciones civiles se siguen oponiendo a dicho reconocimiento.

Imagen 15 Reconocimiento legal para el matrimonio LGBT



Fuente: ILGA, 2017

En México, son 13 estados que permiten y reconocen los matrimonios igualitarios, los cuales fueron aprobados en sus constituciones estatales desde el año 2010, en el caso de la Ciudad de México, y los casos más recientes durante 2019 son: Baja California Sur, Hidalgo, Oaxaca y San Luis Potosí. Son seis estados los que aceptan por orden de la Suprema Corte de Justicia de la Nación el matrimonio igualitario: Aguascalientes, Baja California, Chiapas, Jalisco, Nuevo León y Puebla.

En México, el matrimonio igualitario fue incierto en los estados de la república, debido a que cada estado, podía definir el estatus legal del matrimonio igualitario de acuerdo con sus constituciones. Fue hasta el 3 de junio de 2015 con el fallo de la Suprema Corte de Justicia

de la Nación que al emitir una jurisprudencia se estableció como inconstitucionales los códigos civiles de los estados que consideraban al matrimonio como la unión entre hombre y mujer, y dio cabida legal al matrimonio entre parejas del mismo sexo:

Considerar que la finalidad del matrimonio es la procreación constituye una medida no idónea para cumplir con la única finalidad constitucional a la que puede obedecer la medida: la protección de la familia como realidad social. Pretender vincular los requisitos del matrimonio a las preferencias sexuales de quienes pueden acceder a la institución matrimonial con la procreación es discriminatorio, pues excluye injustificadamente del acceso al matrimonio a las parejas homosexuales que están situadas en condiciones similares a las parejas heterosexuales. La distinción es discriminatoria porque las preferencias sexuales no constituyen un aspecto relevante para hacer la distinción en relación con el fin constitucionalmente imperioso. Como la finalidad del matrimonio no es la procreación, no tiene razón justificada que la unión matrimonial sea heterosexual, ni que se enuncie como "entre un solo hombre y una sola mujer". Dicha enunciación resulta discriminatoria en su mera expresión. Al respecto cabe recordar que está prohibida cualquier norma discriminatoria basada en la orientación sexual de la persona. En consecuencia, ninguna norma, decisión o práctica de derecho interno, tanto por parte de autoridades estatales como de particulares, pueden disminuir o restringir los derechos de una persona a partir de su orientación sexual. Así pues, bajo ninguna circunstancia se puede negar o restringir a nadie un derecho con base en su orientación sexual. Por tanto, no es factible hacer compatible o conforme un enunciado que es claramente excluyente (Suprema Corte de Justicia de la Nación, 2015).

Con este suceso se abrió la posibilidad para que, en el estado de Jalisco, y por lo tanto en la ciudad de Puerto Vallarta, se ejerciera el derecho al matrimonio igualitario que muchos años estuvo en pugna, sin embargo, esta situación fue posible hasta que la misma Suprema Corte de Justicia de la Nación (2016), resolviera por unanimidad que las normas del Código Civil de Jalisco que establecían que el matrimonio es la unión exclusiva entre un hombre y una mujer eran inconstitucionales y debían acatar la siguiente resolución:

PRIMERO. Es procedente y fundada la presente acción de inconstitucionalidad promovida por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos. SEGUNDO. Se declara la invalidez de la porción normativa que indica 'el hombre y la mujer' del artículo 260 del Código Civil del Estado de Jalisco; y por vía de consecuencia, se extiende dicha declaratoria de invalidez a los artículos 258, en la porción normativa que indica 'un hombre y una mujer', y 267 bis, en la porción normativa que señala 'El hombre y la mujer', también del Código Civil del Estado de Jalisco; declaraciones de invalidez que surtirán sus efectos a partir de la notificación de estos puntos resolutivos al Congreso del Estado de Jalisco. TERCERO. Publíquese esta resolución en el Diario Oficial de la Federación, en el Periódico Oficial del Estado de Jalisco y en el Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta (Suprema Corte de Justicia de la Nación, 2016).

Fue hasta 19 abril de 2016 que se efectuó el primer matrimonio igualitario por una pareja gay de residentes vallartenses, el evento fue presidido por el presidente municipal, quien los declaró unidos legalmente en matrimonio.<sup>61</sup>

El alcalde de la ciudad, Arturo Dávalos, declaró a los medios de comunicación:

El matrimonio entre dos personas del mismo sexo a partir de hoy se reconoce como legal y socialmente aquí en Puerto Vallarta, así que el día de hoy estamos ante un compromiso público y formal... con lo que hoy se asienta un precedente en materia de igualdad y equidad para todos los ciudadanos (Periódico El tribunal de la bahía, 20 de abril de 2016).

Es importante resaltar que en la primera ceremonia realizada contrajeron nupcias dos parejas, una conformada por una pareja de hombres y otra por una pareja de mujeres, y a partir de esa fecha y hasta el 21 de mayo de 2019, se habían celebrado 167 matrimonios igualitarios (90 parejas de gays y 77 parejas de lesbianas)<sup>62</sup> en Puerto Vallarta.

### 6.3 Prácticas sexuales de la comunidad LGBT+

Al ser los turistas LGBT+ un segmento diferenciado a partir de su orientación sexual y/o identidad de género, es común que históricamente se les haya relacionado con prácticas sexuales asociadas al turismo sexual. Sin embargo, como lo han referenciado en un amplio estado de la cuestión Van Broeck y López (2015), si bien pudieran existir este tipo de turistas o turismo, no hay evidencia puntual que apunte hacia el tener experiencias o encuentros sexuales como el objetivo principal de este segmento, en todo caso, estas prácticas formarían parte del conjunto de motivaciones del turista.

No se descarta que el turista y el residente vallartense LGBT+ sostenga prácticas sexuales en el espacio, incluso que las busquen y que actores como el empresario y las asociaciones busquen ofrecer algún tipo de encuentro y/o servicio relacionado a las prácticas sexuales. Estas prácticas no siempre son el objetivo principal de los turistas y residentes LGBT+ cuando están en la zona romántica vallartense, sino que se trata de una más de las prácticas sociales que se observan y que no es necesariamente practicada por todos.

---

<sup>61</sup> El video de este suceso puede ser observado el sitio web: <http://www.tribunadelabahia.com.mx/triunfa-el-amor-en-la-primera-ceremonia-de-matrimonio-igualitario-en-vallarta/>

<sup>62</sup> Información otorgada a los medios de comunicación por Noemí Palacios, encargada del registro civil en Puerto Vallarta. Se puede consultar nota periodística en: <https://aznoticias.mx/index.php/puerto-vallarta-movil/32364-90-parejas-gay-y-77-de-lesbianas-se-han-casado-en-puerto-vallarta-desde-2016>

El turista inglés (T2), dice no identificarse como turista sexual y afirma no haber estado en Puerto Vallarta con estos fines, aunque afirma haber tenido encuentros sexuales que iniciaron con contactos a través de aplicaciones de internet como *Grindr*.<sup>63</sup>

Como te había comentado, no soy una persona que está en busca de sexo, no estoy en Puerto Vallarta como un turista sexual y no es que lo juzgue, estoy seguro que hay personas que vienen específicamente a eso como parte de sus vacaciones, aunque no lo esté buscando, sí uso Grindr y he conocido personas con las que he terminado sosteniendo relaciones sexuales (Turista inglés, T2, entrevista etnográfica, 5 de diciembre de 2017).

Para el turista inglés las prácticas sexuales no se consideran como un aspecto prioritario durante su estancia en Puerto Vallarta, incluso narra que en algunas ocasiones ha preferido mantener las interacciones con otros hombres gay en el ámbito de la amistad sin convertirlos en encuentro sexual, aun cuando ha recibido propuestas para sostener encuentros sexuales con otros hombres e incluso con una pareja de turistas estadounidenses.

Los encuentros sexuales pueden ser acordados y sostenidos por dos medios, el presencial o también denominado como encuentro en persona, y el encuentro sexual virtual, que no requiere de encuentros presenciales para llevarse a cabo. En términos de Van Broeck y López (2015), puede haber oferta y demanda de este tipo de homoerotismo y se puede dar el encuentro en dos formas, en forma tradicional y global:

En el primero aun persisten identidades locales o regionales tradicionales y en el segundo hay una asimilación de la subcultura gay y sus formas de interacción. Pero las interacciones homoeróticas no sólo se acuerdan en espacios cartesianos o físicos, también se pueden pactar en el ciberespacio... en espacios que asocian con momentos de libertad y que perciben como más seguros por el anonimato que supone la lejanía de casa (Van Broeck y López, 2015: 783).

En esta tesis los encuentros sexuales concertados en persona se refieren a todos aquellos encuentros en donde el sujeto se ha encontrado con otra persona y puede iniciar el contacto para sostener el encuentro sexual. El encuentro puede ser fortuito o planeado en lugares públicos como playas, calles, bares, discotecas e incluso en baños de uso público, también se pueden dar en eventos privados realizados en hoteles gays, bares, saunas entre otros. Por otro lado, también se tienen los encuentros virtuales, que pueden o no terminar en un encuentro sexual en persona, pero que también podría quedarse en *sexting*, lo cual implicaría tener alguna práctica sexual virtual como, estimulación sexual frente a

---

<sup>63</sup> En el siguiente apartado se describe con mayor detalle esta aplicación dirigida a la comunidad LGBT+ que funciona como red social para conocer personas y planear encuentros.



videocámara, compartir videos e incluso realizarlos teniendo sexo con alguna persona u objeto.

A través del trabajo etnográfico en Puerto Vallarta se tuvieron conversaciones y entrevistas que permitieron identificar prácticas sexuales que no siempre son visibles al resto de la sociedad, debido al lugar de contacto, interacción y/o encuentro sexual. A partir de este trabajo de indagación queda claro que las interacciones relativas a prácticas sexuales de la comunidad LGBT+, al menos las que son más visibles, están relacionadas prácticamente con personas gays, bisexuales y trans, cuyos encuentros y/o relaciones son realizadas a través de la tecnología (virtuales) o encuentros presenciales en diversos espacios.

Todas las tardes, inicia una actividad que se prolonga hasta al amanecer durante los fines de semana, la visita a un sauna gay, donde para poder ingresar es necesario ser hombre, (no permiten el acceso a mujeres) y, estar dispuesto a practicar o ver prácticas sexuales. En el lugar se pueden ver a hombres que buscan exhibir sus prácticas sexuales o aquéllos que buscan hacerlo en cuartos privados para no ser vistos. Las prácticas sexuales más observadas durante la etnografía realizada en el sauna gay fueron: caricias, besos, masturbación, sexo oral, sexo entre parejas y grupos, y *fisting*.<sup>64</sup>

### **Prácticas sexuales iniciadas a través de la tecnología y consumados en forma física o virtual**

La experiencia de un encuentro sexual se ha facilitado a través de la tecnología para una parte de la población que gusta de estar activa en las redes sociales, que posee un dispositivo móvil y tiene cuentas o perfiles creados en las distintas redes. El acceso por este medio les permite evitar el contacto físico para iniciar el acercamiento con alguna persona. En el caso de Puerto Vallarta se identificaron diversas formas en las que los encuentros sexuales iniciaron a través del mundo virtual, haciendo énfasis en que las aplicaciones en dispositivos móviles son la opción más elegida de contacto.

En primer lugar, se identificó que de la misma forma en que la sociedad nombró como comunidad LGBT+ a una parte de población, también el fenómeno se ha replicado en las redes

---

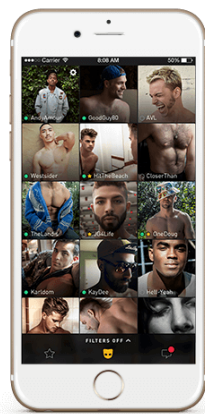
<sup>64</sup> El acceso al lugar tiene un costo que varía entre 200 y 400 pesos más el consumo de bebidas en el lugar.

sociales, generando espacios virtuales especializados para el contacto LGBT+ y, en segundo lugar, espacios virtuales para todxs, incluyendo en este caso, a la misma comunidad LGBT+. En el segundo caso, se habla de redes sociales como *Facebook*, *Instagram* y *Tinder*, mientras que en *Grindr*, *Scruff* y *Manhunt* fueron las principales redes sociales de contacto para la comunidad gay, sin embargo, dentro de este grupo también se identificó el uso del sitio web *Rent.men*, especializado en contactos sexuales donde interviene un trabajador sexual que oferta sus servicios con fotografías, precios y características del servicio ofrecido.

A continuación, se describen los sitios mencionados:

La red social *Grindr*, cuyo uso se ha generalizado a través de la aplicación para celulares (*app*), es "la red social más grande del mundo para personas gays, bisexuales, trans y queer". Bajo el lema: "Chatea. Haz amigos. Conoce" (Grindr, 2018) ha logrado acceder a "más de 3 millones de usuarios diariamente; 234 países y territorios; clientes geolocalizados que tienen al menos 18 inicios de sesión al día con un promedio de más de 50 minutos en línea; las principales generaciones que están usando *Grindr* son la Z y Millennial" (Grindr, 2018).

Imagen 16 Pantalla de inicio de Grindr al conectarse en Puerto Vallarta



Fuente: Grindr, 2018

La red social *Scruff*, es "la red social mejor calificada, segura y fiable para personas gays, bi, trans y queer, fundada en 2010 y conecta más de 12 millones de usuarios a través de amistad, citas, encuentros sexuales, eventos, recomendaciones de viaje y más" (Scruff, 2018).

La red social *Manhunt* es el "mayor sitio web de contactos gays del mundo desde 2011... puedes ligar con más de 6 millones de hombres... mayor sitio web de sexo y videochat para hombres que buscan hombres... ventajas exclusivas: conversaciones con chicos gays, videochat en privado, porno gay gratuito y contenido gay explícito" (Manhunt, 2018).

*Rent a men* ([www.rent.men](http://www.rent.men)) es un sitio web que no cuenta con una sección de bienvenida donde aporte información sobre su perfil empresarial. Se usa como un lugar para comprar servicios sexuales consensuados, ofrecidos por hombres, que pueden ir desde compañía hasta sexo con penetración. Los precios varían dependiendo del prestador de servicio (*scort*) y son negociables entre el solicitante del servicio y el prestador de éste.

Los sujetos de la comunidad LGBT+ que usan las redes sociales descritas pueden pagar el encuentro con servidores sexuales que ofrecen sus servicios en las mismas y/o contactar otros usuarios que no buscan pagar, sino tener el encuentro con otro miembro de la comunidad. Es importante aclarar, que estas redes sociales no siempre son usadas para sostener encuentros sexuales, hay usuarios que las utilizan para entablar una amistad, por cuestiones comerciales (mercadotecnia de productos y servicios) y asesorías de viajes.

El turista argentino refiere:

Me siento en mi salsa, en Argentina se usa mucho, aquí también, creo que es el *GPS* y el *Grindr* tiene que estar sí o sí en tu celular, si salís y no tenés todo eso, es como estar sin tus extremidades, no tenés tus herramientas. El *Grindr* no es sólo por buscar sexo, sino por amistad y consejos, yo ahí conocí lugares, me recomendaron bares, lugares para comer, lugares turísticos, playas, de todo... (Turista argentino (T1), entrevista etnográfica, 24 de enero de 2018).

Además de referir los usos no sexuales de una aplicación con *Grindr*, este turista también narró un encuentro sexual con turistas canadienses hospedados en su mismo hotel, que fue posible gracias al sistema de geolocalización que la aplicación utiliza para ubicar contactos de acuerdo con niveles de proximidad geográfica.

La única práctica sexual que se detectó que no conlleva un encuentro físico fue el sexo a través de videollamada, en el cual los participantes suelen estar desnudos y practicar actividades sexuales como masturbación o penetración sin que los sujetos estén juntos, es decir, lo realizan por separado, pero los une la virtualidad de la cámara.

El acto sexual en sí se consuma en físico después de haber sostenido una conversación en las diferentes aplicaciones (apps) mencionadas de las redes sociales; a través de un

intercambio de dinero o pago que puede ser pedido o no por alguna de las partes involucradas. El lugar en el que se consuman las prácticas sexuales puede variar, generalmente es en la casa, hotel o departamento del o de los participantes, pero también se identificaron lugares privados de prácticas sexuales como espacios específicos de hoteles gays, saunas gays y en algunos baños de bares y discotecas de la misma zona romántica.

Los residentes, turistas, empresarios, asociaciones civiles y funcionarios públicos, sostuvieron en diferentes entrevistas que algunas veces las prácticas sexuales son visibilizadas en espacios públicos y generalmente relacionaron a los turistas y residentes LGBT como practicantes de sexo en el espacio de la zona romántica, particularmente, en saunas o en espacios públicos como plazas públicas, lo cual es criticado y observado por autoridades gubernamentales, como el Secretario de Turismo de Puerto Vallarta (G2):

Entonces se generan estos desórdenes en el ámbito sexual... como se hizo en la plaza Lázaro Cárdenas, que estaban teniendo relaciones sexuales en la plaza (se refiere durante el Vallarta Pride 2017), ¡perdóname eso no es homosexual ni heterosexual! eso es un méndigo desorden... ¡no podemos tener relaciones sexuales en público! (Secretario de turismo (G2), entrevista etnográfica, 13 de febrero de 2018).

El representante de turismo, critica el hecho de sostener relaciones sexuales en espacios públicos, debido a que está prohibido sostener relaciones sexuales en público, independientemente de que el actor sea la comunidad LGBT+ o heterosexual. Durante el trabajo de campo realizado, la visibilización de prácticas sexuales en espacios públicos en Puerto Vallarta fue nula, aunque en diferentes conversaciones sostenidas con residentes y turistas, afirmaron haber presenciado este tipo de prácticas.

A través de las subjetividades y el proceso de intersubjetividad se trata de construir y de explicar la realidad compleja de la construcción del espacio turístico *LGBT friendly* en el cual se visibilizan a los sujetos desde sus prácticas y discursos, encontrando esas huellas inscritas de la sociedad en ellos, así como las huellas que dejan sus prácticas y discursos sobre los actores que inciden en el enclave turístico; y las prácticas afectivas, amorosas y sexuales, no son las únicas que se llevan a cabo en Puerto Vallarta por parte de la comunidad LGBT+, a ellas se suman las prácticas económicas, que engloban un sin fin de ofertas creadas para esta comunidad. A continuación, se describen algunas de ellas que son ofertadas principalmente por un conjunto de empresarios que ha invertido en generar espacios amigables para este

sector especializado.

#### 6.4 Prácticas turísticas de la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta

La oferta de actividades turísticas en Puerto Vallarta para la comunidad LGBT+ ha crecido con el paso de los años. En los años cincuenta del s. XX, época en la que se detectan los primeros turistas y residentes LGBT+ en el espacio vallartense, se tenían pocos espacios de esparcimiento como la playa de Los Muertos, pero sin tener lugares o eventos especializados. En la actualidad la oferta es completamente amplia y deriva en prácticas de consumo económicas derivadas del turismo local (excursionismo), nacional e internacional.

La insistencia en las prácticas, esas prácticas aparentemente menores que construyen el espacio y el acto de ocio/turismo, ha sido un elemento decisivo para volver a un análisis del espacio a gran escala, es decir, viendo los detalles: a manera de ejemplo, podemos afirmar, desde una perspectiva estructuralista, que el turista está encerrado en una burbuja turística donde las reglas de comportamiento son decisivamente determinadas por rutinas, mensajes explícitos, etc. (Hiernaux, 2008:182).

Durante la experiencia etnográfica, se decidió con base en Hiernaux (2008), analizar el uso del espacio a través de esas prácticas de esparcimiento que también construyen el espacio. Tanto en la zona romántica como en playa de Los Muertos, las prácticas turísticas tienen un común denominador, se trata de prácticas organizadas con base en las horas del día, por lo cual en este apartado se distingue entre prácticas que ocurren en el día y en la noche.

De acuerdo con la etnografía realizada, las prácticas de los turistas y residentes LGBT+ en el espacio vallartense delimitado para esta comunidad, mostraron una periodicidad y rutinización con base en las horas del día; cabe aclarar que existen diferentes formas de practicar el espacio, sin embargo, lo que aquí se presentan son las formas más comunes de practicar la zona romántica y playa de Los Muertos, tomando en cuenta el día y la noche.

#### **Prácticas de día<sup>65</sup>**

##### *Desayuno antes de iniciar el ocio y/o esparcimiento*

Generalmente el desayunar en la zona romántica antes de realizar otras actividades como ir

---

<sup>65</sup> En este espacio se describen y analizan las prácticas, los espacios son descritos en el siguiente capítulo (Infraestructura).

a la playa, es una de las principales prácticas que realizan los turistas, los restaurantes pueden variar, pero los más recomendados en las revistas especializadas <sup>66</sup> para la comunidad LGBT+ y que más afluencia reciben son: *Coffee Cup*, *Coffee Factory*, *Dee's Coffee Company*, *Café San Ángel*, *Daiquiri Dick's*, *Coco's Kitchen*, entre otros. Usualmente, los restaurantes comienzan el servicio a las 8 a. m. y se observa una mayor afluencia entre 9 a. m. y 12 p. m.

Después del desayuno, las opciones pueden variar, desde ir a la playa de Los Muertos, ir al gimnasio, tomar diferentes tours gays en Puerto Vallarta y sus alrededores, e incluso visitar algunas atracciones locales.

#### *Visita y estancia en clubes de playa en la playa de Los Muertos*

Después de las 11 a. m., los clubes de playa gays localizados en playa de Los Muertos (*Mantamar Beach Club*, *Ritmos Beach Cafe*, *Blue Chairs Beach Club* y *Sapphire Ocean Club*) comienzan a tener mayor afluencia de la comunidad LGBT+. Se observan grupos de amigos, parejas e incluso hombres y mujeres solos que disfrutan de bebidas frente a la playa; toman el sol con trajes de baño pequeños (que usualmente son para nadar); visualmente, alrededor del 90% de los practicantes del espacio son personas del sexo masculino. Los clubes de playa suelen estar concurridos de las 12 a las 6 p. m., cuando llega el atardecer, los turistas continúan sus actividades en otros espacios.

#### *Tours especializados para la comunidad LGBT*

Distintas empresas ofrecen tours a miembros de la comunidad LGBT+, teniendo como centro la atención a turistas gays, algunos de ellos son:

1. *Boana Horseback*: clases para montar a caballo en un rancho aledaño a Puerto Vallarta.
2. *Canopy River*: tirolesas con grupos especializados en hombres gays.
3. *Diana's Tours*: crucero gay que incluye desayuno continental, *snacks*, cerveza ilimitada y barra libre (bebidas alcohólicas sin límite), comida, y bebida en la terraza del hotel

---

<sup>66</sup> *Gay Guide Vallarta*, *Gay PV*, *Out&about*, todas revistas editadas y publicadas con actividades en Puerto Vallarta.

*Blue Chairs* al terminar el recorrido en el crucero. Duración del recorrido: 9 a. m. a 6 p. m.

4. *Estigo ATV Tours*: ofrece tours para la comunidad LGBT+ especializados en cuatrimotos de playa y montaña, visita a ranchos para realizar prácticas de tirolesa y visita a los jardines botánicos.
5. *GoGay! Adventures & Escapes*: ofrece clases para montar a caballo y tirolesas.
6. *IFC Home Tours*: tour a las casas de lujo más renombradas en Puerto Vallarta, los tours son los martes y miércoles y tienen una duración de 3 horas.
7. *Jet's Private Boat Tours*: tours en yate privado a diferentes playas de Yelapa, incluye el recorrido en tierra de los lugares visitados.
8. *Ocean Friendly Tours*: tours para ver a las ballenas que incluye comida y bebidas no alcohólicas, uso de hidrófonos y micrófonos para escuchar a las ballenas.
9. *Puerto Vallarta Cycling*: tours en bicicleta en Puerto Vallarta.
10. *Vallarta Eats Food Tours*: tour para conocer la gastronomía mexicana en diferentes restaurantes vallartenses, dura alrededor de 3-4 horas y tiene un costo de 55 dólares americanos.
11. *Wet & Wild Gay Cruise*: tour para hombres gays, incluye barra libre, comida en una playa de Las Ánimas, snorkeling en Los Arcos y "una exótica aventura de playa" al ver bailar hombres nudistas en el yate.
12. *Las Ánimas Gay Adventure*: tour a una playa privada cerrada al público en la cual se ofrecen diferentes actividades deportivas a los asistentes y la posibilidad de relajarse alejados del resto de la sociedad.

Otras actividades a las que regularmente asiste la comunidad LGBT+, en particular los turistas gays internacionales, son los jardines botánicos de Puerto Vallarta y clases de cocina en dos restaurantes *LGBT friendly*, *El arrayán* y *Barcelona tapas*. Todas las prácticas de esparcimiento mencionadas requieren un pago por parte de los turistas para poderse llevar a cabo, ya sea la cuota de acceso inicial, el consumo que tiene lugar en los establecimientos, o en muchas ocasiones ambos pagos. Dependiendo de lo que busca el practicante en el espacio, distintas actividades pueden ser combinadas.

## **Prácticas de noche**

La práctica social más observada en la zona romántica durante las noches, son las visitas a bares y discotecas en la calle Lázaro Cárdenas e Ignacio L. Vallarta, algunos de los más visitados son: *Paco's Ranch, Flamingo, CC's Slaughters PV, La noche, La margarita, Fiesta Bar and Lounge* y algunos otros bares alejados de esta zona de mayor tránsito como *Garbo, Apaches, Anónimo, Signature Lounge, Reinas, Fridas, Incanto*. En estos bares los y las asistentes suele beber, platicar, bailar y disfrutar de espectáculos desde las 6 p. m. hasta alrededor de las 4 a. m.

Otra opción, es la variada oferta cultural que se ofrece en la zona romántica, particularmente en cinco teatros: *Act II Stages, Boutique Dinner Theatre, El Rio Amphitheater, Incanto y The Palm Cabaret*; los espectáculos que se ofrecen van desde shows de drags, cantantes, comedias musicales, obras de teatro e incluso se presentan grupos musicales. Finalmente, otra práctica social recurrente es la asistencia y participación en strip clubs o bares nudistas, en donde el espectáculo es ofertado por empresarios que contratan a hombres para que les bailen a otros hombres en lo tubos o regaderas; esos bailes incluyen el nudismo por parte del stripper quien a cambio de sus bailes recibe propinas de los asistentes. La principal restricción de este lugar es el acceso de mujeres, quedando sujeto su ingreso al permiso del gerente o dueño de los lugares. Los tres clubes de strippers hombres son *Antropology, Wet dreams y Debraye*. Las prácticas analizadas que llevan a cabo los diferentes actores para configurar el espacio vallartense en un territorio libre de discriminación, en un marco de respeto de los derechos humanos de la comunidad LGBT+ y que al mismo tiempo genera derrama económica, ha logrado que distintos miembros de la sociedad vallartense se agrupen en red y colaboren para configurar el espacio en un territorio turístico amigable y respetuoso de la diversidad sexual, cuya configuración es presentada en el siguiente capítulo.



## **Capítulo 7. Configuración de la zona romántica como espacio turístico *LGBT friendly*: disputa por el territorio**

---

La etnografía como método y técnica de esta investigación en Puerto Vallarta ha permitido constatar junto con algunos elementos de orden sociohistórico, el cómo un espacio turístico es construido socialmente, derivado de planos físicos y simbólicos que se han transformado con el paso de los años, dando cabida a la comunidad LGBT+ que ha sido y es excluida en diferentes territorios del mundo y México no es la excepción, sin embargo, en el espacio vallartense se ha construido un territorio en disputa que ha dado cabida y aceptación a la comunidad LGBT+. Durante los años cincuenta el proceso de visibilización y aceptación fue incipiente y relacionado con la comunidad gay, sin embargo, los cambios sociales en el territorio se han visto materializados física y simbólicamente hasta permitir la visibilización y aceptación de la comunidad LGBT+ que ha buscado que se respeten sus derechos humanos y la eliminación de la discriminación en su contra.

El presente capítulo es una apuesta por materializar la configuración socio-territorial de un espacio que ha sido construido, valorizado y apropiado por un conjunto de actores que han moldeado el espacio, sedimentado cultural y simbólicamente en un territorio en disputa que suscribe el respeto y aceptación por la diversidad sexual, pero que al mismo tiempo provoca la explotación mercantil y el despojo de los residentes. La construcción del capítulo se ha pensado desde la descripción analítica y crítica de configuración del espacio, geográfico, económico y simbólico y cómo los actores (turistas, residentes, empresarios, asociaciones civiles y gobierno) se han apropiado de él y lo han transformado en un territorio en disputa por el respeto de los derechos humanos, en un marco en el que la cultura socio-sexual vallartense lo limita a espacios territoriales y simbólicos con fronteras delimitadas física y simbólicamente.

La mirada de este capítulo se centra en visibilizar y discutir los espacios en la zona romántica de Puerto Vallarta que contribuyen a que el espacio sea considerado amigable con la comunidad LGBT+ que reside y/o vacaciona en ella, y que al mismo tiempo lo convierte en un territorio en disputa entre los diferentes actores que mantienen relaciones poder en el espacio apropiado (Lefebvre, 1976; Raffestin, 1980; Giménez, 2000).

Esta investigación se centró básicamente en la colonia Emiliano Zapata denominada como *zona romántica*, así como la colonia Amapas. La decisión de enfocarse en estas zonas se deriva de la infraestructura que se ha creado en el espacio para que la comunidad LGBT puede tener actividades de esparcimiento y porque se ha convertido en un territorio "seguro" en el cual dicha comunidad se siente aceptada, respetada e incluida en la sociedad. Es importante aclarar, que este asentamiento urbano ha estado creciendo en forma de construcción vertical principalmente (departamentos) provocando el desplazamiento de residentes a otras colonias de Puerto Vallarta, derivado de la acumulación por desposesión de viviendas de residentes e incluso provocando el crecimiento de la mancha urbana en las colonias estudiadas.

En los siguientes apartados se presenta el espacio de Puerto Vallarta, en particular la zona romántica y de Amapas, que se ha configurado en un territorio en disputa derivado de las relaciones e interacciones entre diversos actores como turistas, residentes, empresarios, el gobierno y asociaciones de tipo civil.

### 7.1 Espacialidad en Puerto Vallarta<sup>67</sup>

---

Toda la manifestación de la cultura no se produce en el vacío, sino en un espacio en concreto, en un universo que a su vez se vuelve nuestro universo de investigación. La espacialidad es una categoría imprescindible, constitutiva de la realidad que es necesario considerar para su conocimiento (Guerrero, 2002:28).

Para explicar la zona romántica de Puerto Vallarta como territorio en disputa, resulta necesario explicar su configuración espacial en la actualidad, espacio habitado por residentes desde hace más de cien años pero que han permitido un fenómeno migratorio (temporal/residencial) que ha permeado una aceptación de la diversidad sexual a través de complejas relaciones entre los actores que incluyen un proceso de multiculturalidad inscrito en el espacio.

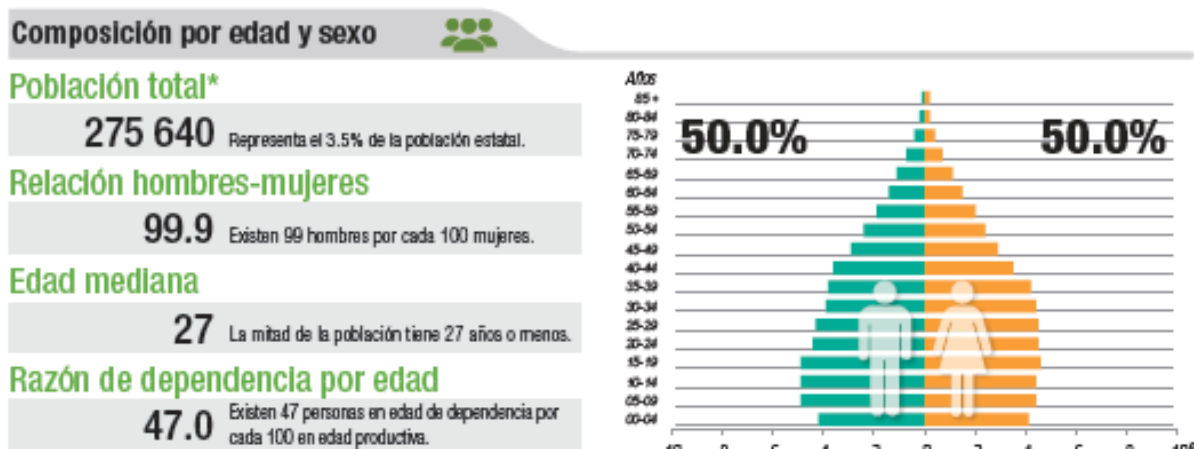
---

<sup>67</sup> La espacialidad entendida desde Guerrero (2002) inspiró el guion de observación etnográfica, el cual está plasmado en el anexo 1 de esta tesis. En el guion se retomaron los elementos que se consideran más relevantes para la configuración del espacio vallartense.

### 7.1.1 Diagnóstico del espacio

Puerto Vallarta es un municipio del estado de Jalisco que se encuentra en la zona occidental de México, está dividido en 198 colonias y es habitado oficialmente por 275,640 habitantes de las cuales, el 50% son mujeres y el 50% hombres, la mitad de su población tiene 27 años o menos y la densidad de su población es de 404.8 habitantes por kilómetro cuadrado, lo anterior de acuerdo a la Encuesta Intercensal 2015 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, Encuesta Intercensal 2015).

Figura 2 Sociodemografía Vallartense



Fuente: Panorama sociodemográfico de Jalisco 2015, IIEG (2015).

Es relevante resaltar que estos datos estadísticos muestran un crecimiento en la población vallartense del 7.8% con respecto al censo 2010 que mostraba una población de 255,681 habitantes y un elevado crecimiento del 49.21% con respecto a los habitantes que residían el municipio en el año 2000, cuando únicamente eran 184,728 pobladores. Lo anterior hace notar, no solamente que el índice de natalidad se ha incrementado si no que el índice de migración interna e internacional es un fenómeno que también se hace presente y pocas veces se visibiliza en su sociodemografía.

Los reportes de la *Encuesta Intercensal INEGI (2015)* que tienen su base en el Consejo Nacional de Población (CONAPO, 2012) con respecto a la migración, señalan que Puerto

Vallarta tiene un índice de intensidad migratoria baja<sup>68</sup>, al reportar que .83% de las viviendas vallartenses tenían migrantes, esto de acuerdo con la última encuesta censal (2010-2015), este bajo índice de migración demuestra que Puerto Vallarta es un polo de atracción por sus oportunidades laborales.

Durante el proceso etnográfico llevado a cabo en 2017, particularmente en las colonias Emiliano Zapata y Amapas, los residentes percibían un índice de inmigración muy alto, un comentario al respecto es de una residente de la zona romántica:

... la verdad es que ya no cabemos aquí, cada día hay más gente, sobre todo gringos y canadienses, yo tengo viviendo aquí (zona romántica) toda la vida y cada año construyen y construyen más edificios y llegan a vivir más personas (Residente, conversación etnográfica, 15 de septiembre, 2017).

Al residir durante un par de años en la colonia Emiliano Zapata se ha detectado, a través de diferentes conversaciones con personas y en observación participante, que muchas de ellas llegaron durante los últimos seis años (2012-2018) e incluso se revela que hay población migrante circular por temporada, es decir, población flotante<sup>69</sup> que va y viene de Puerto Vallarta, particularmente, en la temporada alta de los servicios turísticos (noviembre a abril). Existen en general, tres tipos de población flotante que se visibilizan en mayor cantidad durante la temporada alta, los turistas temporales, los turistas residenciales y los prestadores de servicios (trabajadores).

Los trabajadores o prestadores de servicios flotantes, suelen incrementarse por la necesidad de atender las demandas de los turistas de la zona romántica. Distintos son los lugares de residencia de los trabajadores que emigran temporalmente a Puerto Vallarta, provienen de diversas entidades federativas de México, pero también de otros países como Argentina, Chile, Colombia, España, Venezuela.

En la figura 3, se aprecia la distribución territorial de Puerto Vallarta, destacando una densidad promedio de 405 habitantes por km<sup>2</sup>, sin embargo, la población vallartense se concentra particularmente en 15 de 198 colonias, donde se concentra el 30% de la población.

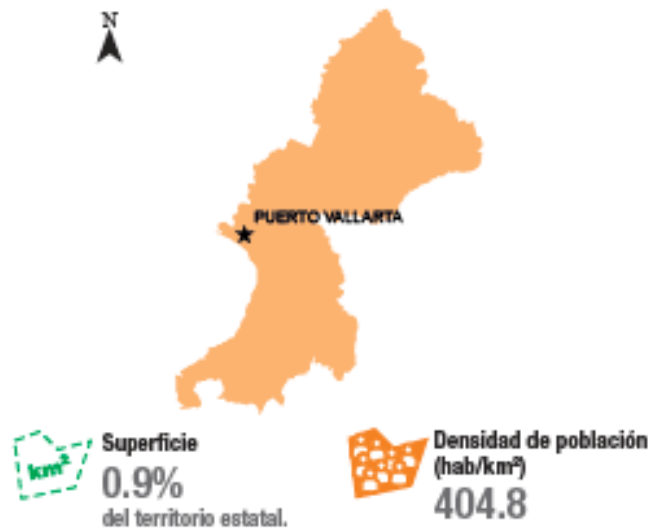
---

<sup>68</sup> Este índice considera las dimensiones demográfica y socioeconómica de la migración internacional y constituye una medida resumen que permite diferenciar a las entidades federativas y municipios del país según la intensidad de las distintas modalidades de la migración al vecino país del norte y la recepción de remesas.

<sup>69</sup> Población flotante: población que utiliza un territorio, pero cuyo lugar de residencia es otro... la suma de la población flotante con la población residente da como resultado "la carga de población" de un territorio (Garrocho, 2011:27).

La colonia Emiliano Zapata se encuentra en la posición 14 de 198 colonias, es decir, dentro de las 15 colonias con alta concentración de población; lo anterior sin considerar los pobladores flotantes que hacen que la densidad territorial sea mayor durante los seis meses de temporada alta (noviembre-abril).

Figura 3 Distribución territorial del municipio de Puerto Vallarta



Fuente: Panorama sociodemográfico de Jalisco 2015, IIEG (2015).

El contexto sociodemográfico es completamente variado, en la vida diaria de la zona romántica se puede observar cómo confluyen residentes, turistas y empresarios que habitan y configuran el espacio desde sus prácticas y que al verse rebasados por la demanda de servicios durante la temporada alta, atraen a distintos trabajadores temporales, tanto en el área de construcción (para satisfacer la necesidad de mano de obra en la construcción de edificios) como en el sector servicios (servicios de alimentación, hospedaje, entre otros).

Mateo es un residente temporal (RT) que puede ser considerado como un "habitante flotante" en Puerto Vallarta, su trabajo es ser *stripper*<sup>70</sup> y no cuenta con un trabajo formal; como muchos empleados informales con los que se han sostenido conversaciones y

---

<sup>70</sup> Bailarín nudista en un centro nocturno en el cual bailan hombres exclusivamente para otros hombres, el acceso a mujeres es restringido y los dueños del lugar se reservan el derecho de permitir el ingreso a mujeres, en lo sucesivo será considerado como un actor, residente temporal (RT).

entrevistas, durante los últimos cinco años ha ido y regresado de Ciudad Obregón, Sonora durante la temporada turística alta,

Únicamente vengo a Vallarta a trabajar en la temporada alta, a veces ni siquiera me quedo hasta abril, a veces me voy en diciembre y ya no regreso, cuando junto algo de lana, me voy de regreso a Obregón, si junto unos \$100,000 a veces ya ni regreso (RT, Residente temporal, conversación etnográfica, 1 de diciembre, 2017).

La situación particular de los trabajadores en zona romántica configura una dinámica socioeconómica que se refleja en el espacio, todos los días alrededor de las ocho de la mañana. Las calles de la colonia Emiliano Zapata empiezan a verse llenas de trabajadores que iniciarán su jornada laboral, habitando el espacio por algunas horas, debido a que la mayoría de ellos no vive en este espacio por la alta plusvalía que se ha generado y los precios inalcanzables de las rentas. Los trabajadores llegan en sus autos y en transporte público generalmente, la vida en las calles, construcciones, restaurantes, hoteles, clubes de playa entre otros, se transforman al recibir a sus colaboradores y crean un nuevo paisaje visual que terminará en algunos casos a las siete de la noche y en algunos otros, hasta el amanecer.

Todos los días al recorrer las calles de la zona romántica se aprecia cómo antes de las ocho de la mañana, las calles se encuentran prácticamente inhabitadas y se ve a algunos turistas y/o residentes corriendo o haciendo actividades de ejercicio en ellas, sin embargo, en los diferentes edificios en construcción, se aprecia la llegada de sus trabajadores alrededor de las ocho de la mañana, hora en que inicia la jornada laboral y comienzan a modificar el paisaje. Los trabajadores empleados en el sector servicios generalmente hacen su aparición diaria entre las siete y nueve de la mañana, el uniforme suele ser una característica que los identifica en el ámbito laboral del turismo.

La vida cotidiana en la zona romántica permite observar a los residentes de la colonia en interacción con otros residentes vallartenses que se insertan en la economía de la colonia que se desplazan desde otras colonias o localidades de la región día a día derivado de las actividades económicas en las que participan, la mayor cantidad de ellas relacionadas con el sector turístico e inmobiliario (incluyendo la construcción).

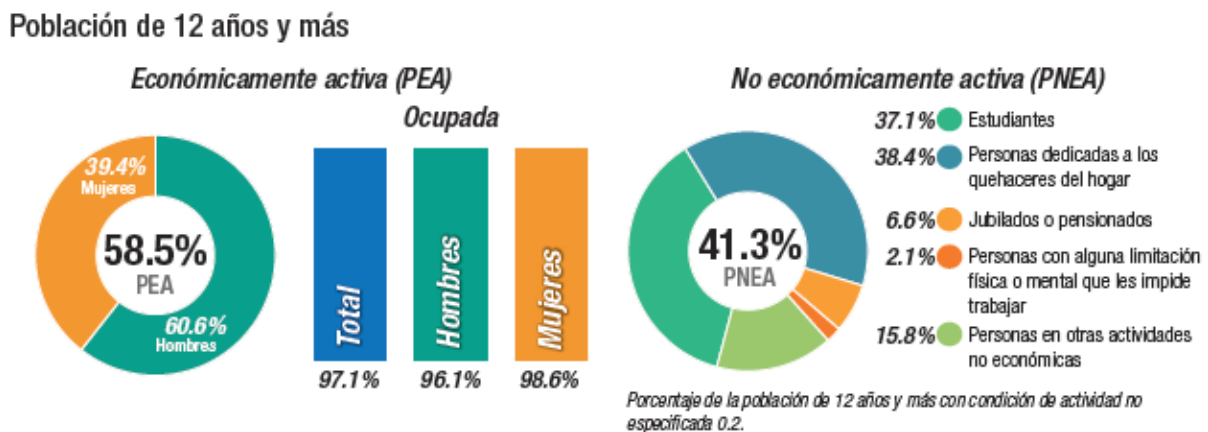
### ***Población Económicamente Activa (PEA) en Puerto Vallarta***

Aunque oficialmente, casos como el del residente temporal (RT), no forma parte de la población económicamente activa vallartense (en estadísticas), la realidad es que sí genera producción que se ve convertida en capitales económicos, sociales y en ocasiones culturales (Garrocho, 2011; Solís, 2012; Portes; 2013). No todos los trabajadores que uno ve en las calles, lugares de masajes, restaurantes, construcciones son oficialmente considerados en la PEA, sin embargo, es visible que las actividades primordiales en este espacio provienen de dos sectores: la construcción y el turismo.

El INEGI (2017b) define como población económicamente activa (PEA), aquellas personas que durante el periodo de referencia realizaron o tuvieron una actividad económica (población ocupada) o buscaron activamente realizar una en algún momento del mes anterior al día de la entrevista (población desocupada).

De acuerdo al panorama sociodemográfico de Jalisco 2015 que presentó el mismo INEGI, sostiene que el 58.5% de la población en Puerto Vallarta es Económicamente Activa, .2% de la población mayor a 12 años no especificó y el restante 41.3 % de la población es No Económicamente Activa (PNEA), la cual está compuesta por un 37.1% de estudiantes, 38.4% personas que se dedican al hogar, 6.6% jubilados o pensionados, 2.1% personas con alguna limitación física o mental que les impide trabajar y un 15.8% en "otras actividades no económicas".

Figura 4 Características de la población económicamente activa de Puerto Vallarta



Fuente: Panorama sociodemográfico de Jalisco 2015, INEGI (2017b).

La PEA vallartense se emplea en diferentes actividades económicas que están englobadas dentro de sectores y subsectores económicos que se han establecido en el catálogo de INEGI que permite agrupar la información y obtener indicadores económicos específicos para cada municipio del país. Derivado de la estadística presentada se infiere que prácticamente la Población No económicamente activa (PNEA) es derivado de su ocupación como ama de casa (38.4%) y su rol de estudiante (37.1%).

De acuerdo a los Indicadores Económicos de las Unidades Económicas por Sector, Subsector, Rama y Subrama de Actividad, en el estado de Jalisco, se reporta un total de 214,768 unidades económicas<sup>71</sup>, las cuales tienen en promedio cinco personas como "personal ocupado", con una remuneración promedio anual de \$ 64,157 pesos por 2,591 horas trabajadas anualmente<sup>72</sup> (INEGI, Encuesta Intercensal 2015).

En este apartado se enfatizan dos sectores principalmente, porque son los que más destacan en la zona romántica durante la etnografía que se realizó en las colonias Emiliano Zapata y Amapas, el sector 23 denominado como "Construcción"<sup>73</sup> tiene en promedio 62 personas como "personal ocupado" en la unidad económica, con una remuneración promedio anual de \$ 31,683 pesos por 2,251 horas trabajadas anualmente mientras que el sector 72 denominado como "Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas"<sup>74</sup> tiene en promedio cuatro personas como "personal ocupado" en la unidad económica, con una remuneración promedio anual de \$35,934 pesos por 2,696 horas trabajadas anualmente.

Como se puede observar en términos de remuneración económica anual, los empleados del sector turismo gana \$4,251 pesos más, sin embargo, también trabajan 445

---

<sup>71</sup> Empresas formalmente constituidas bajo una razón social.

<sup>72</sup> Estos datos representan el promedio de las 214, 768 unidades económicas que se concentran en 22 sectores productivos.

<sup>73</sup> Se revisa el sector de Construcción debido a la gran gentrificación que se está generando derivado de las múltiples construcciones (10 para ser exactos) de edificios de condominios de lujo que se están realizando en la zona romántica y de amapas; así como, su relación precio de venta con el salario promedio recibido anualmente por trabajador.

<sup>74</sup> Este sector se revisa porque es el que engloba los servicios prestados en hotelería, bares y restaurantes, que suelen ser los servicios más utilizados durante una estancia turística en un destino, se le considerará a este sector para fines prácticos como el sector turismo.



horas más al año. La gran diferencia entre ambos sectores de trabajadores está en las horas trabajadas anualmente y en las propinas que reciben los trabajadores del sector “Servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas”, que reportan ingresos por más del doble de sus sueldos de acuerdo a lo revisado etnográficamente en la zona de estudio. La mayoría de los empleados en el sector turístico refieren que el salario que reciben suele ser bajo, sin embargo, la razón por la cual permanecen en estos empleos es el acceso a propinas que generalmente reciben e incrementan su sueldo.

### **El territorio vallartense: valoración y apropiación del espacio turístico**

El territorio en tanto espacio construido, valorado y apropiado por un conjunto de personas en la zona romántica vallartense es producto de un proceso de valoración instrumental-funcional y simbólico-expresivo (Giménez, 2000). El territorio de la zona romántica y de Amapas se encuentra en un entramado de relaciones sociales que lo atraviesan por las necesidades sociales, económicas y políticas que enfatizan el uso del espacio por la derrama económica que se usufructúa derivado de su explotación económica y configuración geopolítica, sin embargo, esta dimensión utilitaria resulta reduccionista al no considerar la sedimentación simbólica y cultural que es derivada de múltiples prácticas sociales que son inscritas en el espacio como soporte de las identidades individuales y colectivas que luchan por (re)organizar el orden económico en el espacio y se ve enfrentado con una lucha de orden socio-sexual.

En otras palabras, la zona romántica se ha construido a través de los años derivado del uso y explotación económica que se le ha dado al territorio, pasando por la pesca, la explotación minera y llegando al turismo como la principal fuente de ingresos. Sin embargo, esta usufructación viene acompañada de un proceso de sedimentación cultural que lo acompaña con un conflicto de orden socio-sexual heteronormado que se encuentra en tensión con prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas de una comunidad diversa (LGBT+) que practica el espacio y que busca desarraigar la cultura de discriminación desde y hacia sus identidades.

De acuerdo con Giménez (2001:6) “el proceso de apropiación sería entonces consubstancial al territorio... marcado por conflictos (que) permite(n) explicar de qué manera el territorio es producido, regulado y protegido en interés de los grupos de poder” que buscan cubrir necesidades económicas y políticas principalmente, dejando al margen (generalmente) las necesidades sociales de la comunidad que construye y configura el espacio turístico.

La apropiación utilitario-funcional en la zona romántica y de Amapas se visibiliza a través del desarrollo económico que se busca en el espacio a través de la creación de productividad y empleos.

De acuerdo con los Indicadores Económicos de las Unidades Económicas Por Sector, Subsector, Rama y Subrama de Actividad, en el municipio de Puerto Vallarta, se reporta un total de 7,870 unidades económicas, las cuales generan empleo para 49,520 personas (INEGI, 2015). Cabe resaltar que los dos sectores que tienen mayor productividad y relevancia por su relación con el espacio turístico *LGBT friendly* de la zona romántica, es el Sector 23 de Construcción<sup>75</sup> y el sector 72 de Servicios de alojamiento temporal y de Preparación de alimentos y bebidas: el sector 23 agrupa 31 unidades económicas y genera empleo para 618 personas, mientras que el sector 72, agrupa 1025 unidades económicas que generan 16, 815 empleos (INEGI, 2015).

Relacionados a los dos sectores formales de creación de empleos también se materializa en el territorio autoempleos, con la venta de servicios y productos en las calles y playas, por ejemplo, venta de alimentos, bebidas y souvenirs que buscan satisfacer la necesidad de turistas y residentes. Particularmente en la playa de Los Muertos se observan vendedores ambulantes con vasos de fruta, mariscos, postres e incluso ofrecen artesanías y lentes de sol. No existe un registro de este tipo de autoempleos. La venta de servicios dentro de la informalidad<sup>76</sup> también es visible en la zona romántica y de Amapas, servicios como

---

<sup>75</sup> El sector de la construcción representa un crecimiento en la zona, durante el último año de la etnografía (2017-2018), se reportan 10 edificios en construcción vertical.

<sup>76</sup> La Organización Internacional del Trabajo, ha definido la informalidad bajo dos dimensiones: “La primera dimensión se refiere al tipo o naturaleza de la unidad económica, es decir, cuando esta se dedica a la producción de bienes y/o servicios para el mercado y opera a partir de los recursos de un hogar y sin llevar los registros contables básicos. En este caso, se trata de un sector Informal o de negocios en pequeña escala no registrados y

pedicura y manicura en la playa, venta de masajes, servicios sexuales y paseos turísticos son otras formas de apropiación utilitaria del territorio.

En la observación etnográfica se detectó un nivel de informalidad elevado en los empleos que incluso se ve incrementado por unidades económicas formales que formalizan la relación laboral con sus empleados al recurrir a la figura laboral de “servicios profesionales por honorarios” lo que precariza y dificulta el acceso a una protección social que proporcione por lo menos, servicios de salud y de pensión.

El trabajo que realiza el residente temporal (RT) como bailarín *stripper* en un centro nocturno, corresponde al sector 72 y en específico, a la Rama 7224 denominada como "Centros Nocturnos, Bares, Cantinas y Similares" que de acuerdo a los datos de la Encuesta Intercensal 2015 (INEGI, 2015) reportan tener en promedio cuatro personas como personal ocupado, con una remuneración promedio anual de \$27,879 pesos por 2,776 horas trabajadas anualmente. Sin embargo, aunque la remuneración oficialmente retribuida es aun menor que en el mismo sector y se le dedican más horas de trabajo, todos los empleados con los que se ha conversado en la zona romántica y que trabajan en esta rama productiva, manifestaron al menos triplicar su ingreso por el concepto de propinas, ya que el sueldo es simbólico.

El residente temporal (RT), relata haber ganado \$50,000 pesos mexicanos en una hora de servicio sexual brindado en Puerto Vallarta; manifiesta haber sido contratado en su lugar de trabajo, el cual es un centro nocturno donde bailan hombres exclusivamente para otros hombres y el acceso a mujeres es restringido. Sin embargo, se aclara que esos \$50,000 pesos mexicanos que reporta RT no es el común denominador en los ingresos de los *strippers*, cuyo empleo es temporal, carecen de ingreso fijo y de protección social: acceso nulo a sistemas de salud y de pensión.

---

de empleo vinculado a dicho sector. La segunda dimensión parte de una perspectiva laboral y se refiere a todo trabajo que se realice sin contar con el amparo del marco legal o institucional, sin importar si la unidad económica que utiliza sus servicios son empresas o negocios no registrados de los hogares o empresas formales” (OIT, 2017: 4).

El residente temporal (RT) refiere que no firman un contrato y que el empleo es temporal, es decir, mientras cumpla con los compromisos adquiridos: a) bailar todas las noches en las que sea programado; b) promocionar en las calles, bares y/o playa al repartir folletos o realizar invitaciones a otros hombres para que asistan al centro nocturno y, c) incentivar a los clientes para que consuman bebidas alcohólicas e incluso les inviten a ellos como *strippers*, pues es la forma en la que la empresa gana y un porcentaje de cada bebida que el cliente les invita es parte de sus ingresos. El empleo de bailarín *stripper*, en realidad sirve realmente como un lugar de exhibición de su trabajo, ya que no recibe ninguna remuneración oficial por parte de la empresa, al contrario, debe pagar diariamente \$60 pesos al *DJ* (música para ambientar el lugar). La forma de ingresar dinero diariamente en dicho bar es por concepto de "bebidas invitadas", por ejemplo, una cerveza que regularmente le cuesta al cliente \$60 pesos para consumo personal, vería incrementado el precio si se le desea invitar a un trabajador *stripper* (desnudista)/ bailarín y le costaría al cliente \$100 pesos, de los cuales \$60 pesos son para el bar y \$40 pesos son para el trabajador; también existe el concepto de "bailes privados", en donde el *stripper* recibiría \$250 pesos de un total de \$500 pesos que el cliente le paga al bar; los conceptos anteriores suelen incrementarse derivado de las propinas que los clientes dan a un *stripper* si es de su agrado o perciben que está haciendo un buen trabajo.<sup>77</sup> En las conversaciones y entrevistas sostenidas con otros trabajadores sexuales, apuntan que así como pueden generar grandes sumas de dinero como las que recibió residente temporal (RT) entrevistado, la otra realidad es que en ocasiones no tienen clientes por semanas y viven en precariedad en el espacio de la zona romántica, sin ingresos y con cuentas por pagar para subsistir.<sup>78</sup>

---

<sup>77</sup> El pago que recibe el trabajador por sus servicios se realiza al cerrar el establecimiento, se hace corte de servicios y se les paga lo producido, algunos trabajadores mencionan que a veces no se les paga lo que realmente hicieron, pero si llegan a reclamar los echan del lugar.

<sup>78</sup> El residente temporal, comenta que sus cuentas "no son tan elevadas" porque busca ahorrar para irse con su familia, sin embargo, en ocasiones no tiene ingresos ni para comer porque le envía dinero a su familia. Comenta que renta una pequeña habitación de 15 metros cuadrados en alrededor de \$3,500 mensuales (incluye luz y agua) más comidas \$150 pesos de comidas al día si lo hace en la calle, pero tiene que comprar sopas instantáneas para que le alcance y gastar lo mínimo, en lo que si gasta forzosamente es en el gimnasio, alrededor de \$900 pesos mensuales, ya que es un lugar de contacto con clientes y le permite mantenerse con buena forma física.

El reflejo de estas cifras económicas da como resultado el que al menos 50 trabajadores (*strippers*) son empleados en este tipo de unidades económicas<sup>79</sup>, las cuales no ofrecen contrato, sueldo o prestaciones sociales, no los reconocen formalmente como empleados, debido a que ellos le prestan el servicio a los empresarios al bailar en los diferentes establecimientos, sin ser exclusivos, además se les pide repartir publicidad del bar en la playa o calles de la zona romántica vallartense.

El caso del residente temporal (RT), no es único en el territorio turístico estudiado, es uno de miles de trabajadores que viven precarizados y que forman parte de una población que, si bien está empleada y es económicamente activa, es laboralmente vulnerada por la naturaleza de la unidad económica para la que trabaja, con aquellos cuyo vínculo o dependencia laboral no es reconocido por su fuente de trabajo (INEGI, 2017a). Esta situación, si bien no es privativa de Puerto Vallarta, sí forma parte del 56.8% del total de los empleados en México que viven en esta situación de informalidad de acuerdo a datos presentados por el INEGI en el primer trimestre del 2017.

Como se puede observar, una de las capas de la espacialidad es precisamente la relación entre los seres humanos y el espacio, y como se puede observar, asistimos en el caso vallartense, a la expansión del capital sobre territorios naturales y al trabajo humano como mercancía, tomada como tasa de cambio y valor en las relaciones sociales.

Aunque se ha expuesto una apropiación en términos utilitarios, resulta necesario aclarar que la apropiación simbólica también es evidente en la zona romántica y de Amapas; en un contexto multicultural donde confluyen estadounidenses, canadienses y mexicanos se visibiliza un entramado de significación que les permite apropiarse simbólicamente el espacio, el residente (R3), de la zona romántica comparte:

yo creo que sabes que, lo que le da carácter y lo que forma esta zona, son las personas, la gente, no es ni el área, no es ni el lugar, son todas las personas que viven aquí porque se sienten identificados con algo, que es su preferencia, su aceptación o la forma en que los tratan, eso es la zona romántica, yo creo que, no importa en qué ubicación esté, no importa, afortunadamente se llama Puerto Vallarta pero se pudo haber llamado cualquier otra cosa, es la congregación de las personas, lo que hace el vecindario, lo que

---

<sup>79</sup> Corroborado en varias visitas realizadas a través de la técnica de observación participante en la etnografía en curso, hasta julio de 2018, son cuatro los centros nocturnos que cuentan con la actividad de *strippers* hombres para clientes que son hombres.

hacen en el destino, por eso es, por lo que vienen, digo claro, tienen sus atractivos que es por lo que vienen, tienen la playa y que hay servicios... (Residente (R3), entrevista etnográfica, 13 de octubre de 2017).

En la narrativa del residente (R3) podemos encontrar el sentimiento de identidad y apego en la apropiación de un territorio que tiene como “función central la organización de una vida social de base con elementos como la seguridad, la educación, la solidaridad vecinal, las celebraciones, los entretenimientos” (Di Meo, 1998:101; Giménez, 2005:12), lo anterior, aunado a una identificación con las personas con las que convive y coexiste en el territorio a través de prácticas laborales y de esparcimiento.

Este sentimiento de identificación y apego encontrado en los territorios se transforma en lo que algunos geógrafos han llamado la territorialidad o pertenencia socioterritorial, ya que “el territorio puede ser apropiado subjetivamente como objeto de representación y de apego afectivo, y sobre todo como símbolo de pertenencia socioterritorial. En este caso, los sujetos (individuales o colectivos) interiorizan el espacio integrándolo a su propio sistema cultural” (Giménez, 2000: 101).

Siguiendo la narrativa del residente (R3) encontramos que la representación y apego al territorio de la zona romántica es derivado del respeto y tolerancia que se manifiesta entre residentes y visitantes, otorgando algunos elementos del complejo simbólico-cultural:

... la creación de esta zona ha sido poco a poco de todas las personas, y ese es el trabajo de todos, desde los que se empezaron a mudar aquí desde el principio (fundadores de Puerto Vallarta), de los que se empezaron a sentir identificados, de ir viendo el ambiente y la aceptación de otras personas, porque al final la tolerancia eso es lo que hace que vayas algún lugar y que te sientas cómodo y que tú digas: pues me quiero establecer aquí, y ¿por qué me quiero establecer aquí? ...porque te sientes cómodo, te sientes seguro y porque sabes que nadie te va a juzgar y aparte porque hay lugares para que trabajes, para que salgas a divertirte con gente que comparte mis gustos o preferencia, hay lugares para que comas sin ser molestado... eso hace que te hagas parte de la comunidad, la congregación de todas las personas, es lo que hace el destino, es lo que hace la magia y estoy hablando de todas las personas, de todas las personas que viven en el vecindario, de los que son gays de los que no son gays, porque es la tolerancia de todos y el compartir espacios comunes (Residente (R3), entrevista etnográfica, 13 de octubre de 2017).

Giménez (2000:102) refiere que “las pertenencias sociales, en general, implican la inclusión de las personas en una colectividad hacia la cual experimentan un sentimiento de lealtad. Esta inclusión supone, desde luego, la asunción de algún rol dentro de la colectividad considerada, pero implica sobre todo compartir el complejo simbólico-cultural que funge como emblema de la misma”; a partir de la interiorización de por lo menos algunos rasgos de

o elementos de dicho simbolismo, las personas se convierten en miembros de una colectividad y orientan recíprocamente sus propias actitudes adquiriendo la conciencia de una común pertenencia a una misma entidad social (Giménez, 2000).

La apropiación y pertenencia socioterritorial supone comprender que tanto residentes como turistas de la comunidad LGBT+ han generado un vínculo con la zona romántica de Puerto Vallarta derivado de compartir significados del espacio, el sentimiento de seguridad y satisfacción derivadas del apego al lugar (Vidal y Pol, 2005), a partir de crear aspectos identitarios basados en las prácticas que pueden realizar en el territorio *LGBT friendly*, que en otros espacios heteronormados no les permite.

Entender el proceso de apropiación, es comprender cómo se construye y desarrolla sentido del cómo un espacio deviene para una persona o colectivo en un lugar “propio”, entendiendo propio como el sentido que genera el lugar y no en términos de propiedad física.

El espacio de esparcimiento turístico en la zona romántica ha sido (re)apropiado y (re)significado por sentimientos de apego y afecto originando una (re)territorialización con nuevas formas que cristalizan escenarios públicos y privados en los cuales los lugares y espacios de la comunidad LGBT+ tienen un lugar especial en la sociedad vallartense. La creación de infraestructura especializada para la comunidad LGBT+ conlleva pensar dos cosas: 1) se les permite como comunidad LGBT+, ser "ellos mismos" en un espacio constreñido de forma segura y satisfactoria y; 2) la oferta de servicios turísticos es creada y respaldada por empresarios que obtienen los permisos de operación del gobierno, ambos actores se benefician, el empresario con acumulación de capital y el gobierno al disminuir la tasa de población económicamente no activa.

Algunos de los beneficios que generan las prácticas turísticas en el caso de Puerto Vallarta son: el desarrollo de infraestructura turística como el aeropuerto<sup>80</sup>, carreteras, desarrollo de complejos hoteleros, restaurantes, bares y, principalmente la derrama económica que genera, la distribución del ingreso y el incremento de empleos directos e indirectos generados.

---

<sup>80</sup> Durante el 2018 y 2019 el aeropuerto de Puerto Vallarta fue remodelado debido a la gran afluencia turística recibida durante el último sexenio.

Aunque también es cierto que los principales ganadores en términos económicos suelen ser los empresarios o dueños del capital invertido, que en la mayoría de los casos no residen en dichos espacios, sin embargo, en el caso de la zona romántica se observa que la mayoría de los empresarios y dueños de los negocios en este espacio, también residen en Puerto Vallarta, aunque no necesariamente en las colonias Emiliano Zapata y Amapas.

Los costos económicos generados por el turismo en Puerto Vallarta son: la sobre dependencia del ingreso generado por actividades turísticas, incremento en la inflación y los bienes raíces de determinados destinos, incremento de las importaciones, la temporalidad de la industria y generación de otros costos externos (Wall y Mathieson, 2006).

El espacio, lugar e infraestructura en el que se desarrolla una comunidad juega un rol importante en la construcción de la identidad y en particular de la comunidad LGBT+, como es el caso en Puerto Vallarta. Hughes (2006) hace referencia a la propuesta que hiciera Hindle en 1994, en la cual afirmaba que “el espacio gay, está caracterizado por una alta concentración de bares, clubs, cafés, saunas, tiendas, viviendas y espacios públicos en los cuales, la identidad gay es validada por las relaciones con otras identidades” (Hughes, 2006, p. 22)

¿Cuáles son esos lugares especializados en la zona romántica?, ¿qué ofrecen?, ¿en qué horarios?, ¿dónde se ubican?, entre otras preguntas, se responden y discuten en el siguiente apartado.

## 7.2 El espacio para la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta: del otro lado del río Cuale

Tal como se problematizó al inicio de este documento, el espacio destinado como *LGBT friendly* en Puerto Vallarta se encuentra al cruzar el río Cuale desde el centro de la ciudad hacia la denominada zona romántica que abarca parte de las colonias Emiliano Zapata y Amapas. Este espacio es producto de luchas y resistencias que se han ganado y perdido durante los últimos cincuenta años, pero cuyo crecimiento se ha reflejado en los últimos veinte años.

El espacio *LGBT friendly* se concibe como el lugar en el cual los gays pueden sentirse libres y relacionarse con otros individuos que validan sus identidades, ya que, al estar en un



mundo heteronormativo, el actuar fuera de la norma heterosexual, implicaría rechazo o falta de aceptación para la comunidad LGBT+, en la zona romántica los turistas y residentes sienten esa libertad que en sus lugares de origen o zonas habitacionales se ve constreñidas.

En la entrevista realizada a la residente (R1), de la zona romántica, ella describe:

Puerto Vallarta es un paraíso, está rodeado de cerros, vegetación hermosa, mar, ríos, un cielo muy claro, el sol que añoran en todos lados y especialmente los *gays*, porque aquí se sienten más libres que en cualquier lado y vienen aquí y se desfogan... hacen sus sueños realidad (Residente (R1), entrevista etnográfica, 29 de enero de 2018).

El espacio público suele ser un punto de conflicto y tensión, ya que las personas que no son heterosexuales pueden pedir un espacio para ellos como un elemento de resistencia de la comunidad al no sentirse incluidos en una sociedad que los estigmatiza o señala como desordenados socialmente (Valentine, 1996; Pritchard et al, 2002; Rushbook, 2002; Sibalis, 2004).

Existen diferentes espacios públicos, considerados como áreas gays, en la mayoría de los casos se les conoce como villas, por su traducción del idioma inglés *village*, las villas gays más representativas en algunos países son: Alemania (Nollendorfplatz y Helmholtzplatz), Argentina (Barrio Norte, Lanús y San Telmo), Australia (Newtown, Waterloo y Daylesford), Brasil (Jardins y Farme de Amoedo Street), Canadá (Le village gai, The village y Queen Street West), Colombia (Chapinero), Cuba (La rampa), Estados Unidos (Castro district, West Hollywood, Palm Springs, Hillcrest, Key west, Chelsea, Greenwich village), España (Chueca, Sitges, Gaixample), Francia (Le Marais y Beaubourg), Inglaterra (Liverpool gay quarter, Vauxhall, Canal Street en Manchester), Italia (San Giovanni en la calle Laterano), México (zona rosa, zona romántica, Chapultepec), República Checa (Vinohrady).

Estas villas o barrios tienen algo en común y es que los sujetos sociales, llámese turistas, residentes, empresarios o asociaciones del contexto, “lleen de contenido el territorio –y dialécticamente a ellos mismos– mediante sus representaciones, apropiaciones, prácticas e interacciones con este. Todo sujeto o actor define su territorio según sus identidades e intereses y, a partir de ahí –de definir lo nuestro y lo ajeno, lo propio y lo impuesto, por ejemplo–, genera una política y una estrategia de construcción, apropiación, transformación de este” (Sosa, 2012:46).

Existen factores culturales y económicos que pueden inhibir el desarrollo de la identidad gay. En la cultura latinoamericana, en la cual existe el machismo y orden sociosexual basado en el rol tradicional de la familia heterosexual, es difícil que las personas se identifiquen como gays. (Cantú, 2002; Arguelles y Rich, 1984; Lumsden, 1996). Aun cuando las comunidades de personas lesbianas, gays, bisexuales y transexuales están siendo respaldadas por gobiernos de más de cien países, aun son vulnerables a una serie de violaciones de derechos humanos, incluida la violencia homofóbica, el asesinato, la violación, la detención arbitraria y la discriminación generalizada en su lugar de trabajo, así como la discriminación con relación al acceso a servicios básicos como la vivienda y la asistencia sanitaria. En 75 de los 193 países reconocidos por la Organización de las Naciones Unidas, las leyes catalogan como delito ser homosexual, lo que significa que millones de personas se hallan en riesgo de detención, encarcelamiento y, en algunos casos, la ejecución (Arabia Saudita, Emiratos Árabes Unidos, Irán, Sudán, Yemen) (Health and Human Rights Organization, 2015).

En todo el mundo hay personas que enfrentan violencia y desigualdad —y a veces torturas o incluso ejecución— debido a quiénes aman, qué aspecto tienen o quiénes son. La orientación sexual y la identidad de género son aspectos integrales de la individualidad, que en ningún caso deberían ser motivo de discriminación ni abusos. Human Rights Watch trabaja en la promoción de los derechos de lesbianas, gays, bisexuales y personas transgéneros, y sus activistas representan a una multiplicidad de identidades y causas (Human Rights Watch, 2015).

Collignon y Meza (2013) instalan en un breve párrafo, la importancia de las prácticas de resistencia en la homosexualidad para colocar en el espacio público los modos de ser o vivir juntos:

El poder de las prácticas de resistencia que llevan a cabo actores que defienden la homosexualidad como una manera distinta de expresar la sexualidad, y buscan los resquicios a través de los cuales los homosexuales puedan acceder a un espacio de reconocimiento de su ser y hacer social, se insertan en una serie de movimientos sociales de corte contemporáneo que permite a los actores no sólo comunicarse entre sí, sino luchar por un objetivo común, interactuar para el intercambio simbólico, la negociación y la construcción de significados más acordes con la inclusión y el respeto, y colocar así en el espacio público sus modos de ser y estar/vivir juntos (Collignon Goribar & Meza López, 2013, p. 142).

Puerto Vallarta como espacio turístico provee espacios públicos en los cuales la comunidad LGBT+ busca vivir, convivir, divertirse y/o vacacionar, estos espacios brindan la posibilidad de demostrar que existen formas de resistir a la violencia y discriminación a las cuales se exponen todos los días por una parte de la sociedad que no les permite ser y expresar sus afectos, su amor, su sexualidad, en otras palabras, la zona romántica les permite un “paraíso” para ser libres, sin dejar de pensar que siempre habrá quien no esté de acuerdo con la configuración del espacio, la misma residente (R1) comenta que no todos los residentes del espacio *LGBT friendly* están de acuerdo:

Pues ya no les ha quedado más que doblar las manos, porque ya están viendo que tienen mucha fuerza la gente (LGBT), todos los *gays* y todo el crecimiento que han tenido ellos, que incluso ya se han casado, tienen sus hijos, sus familias ... (las vecinas) se admiran y dicen que hay puros *gays* aquí, y pues les digo: ¡sí miija estás en una zona gay así es que no te espantes, aquí es pura zona gay! realidad (Residente (R1), entrevista etnográfica, 29 de enero de 2018).

¿Las prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas de la comunidad LGBT+ requieren infraestructura especializada?, la respuesta es sí, el territorio en disputa del que se discute requiere un “espacio de inscripción de la cultura”, en el cual se puedan inscribir rasgos culturales objetivados como son las pautas “distintivas de comportamiento”, formas de vestimenta e incluso fiestas anuales, entre otros (Giménez, 1996).

Durante el periodo etnográfico se realizó un censo<sup>81</sup> de las unidades económicas que más predominan en la zona romántica y a los cuales acude la comunidad LGBT (turistas y residentes) durante su estancia y en los cuales se aprecian diversas prácticas sociales que se realizan libremente y con aceptación de la comunidad local. A continuación, se presenta un mapeo de la zona romántica.

### 7.3 El mapa de la zona romántica: articulación del discurso en la configuración del espacio

Los mapas han representado a lo largo del tiempo imágenes visuales de la configuración de los territorios, en ellos se han establecido límites territoriales, elementos pictóricos que

---

<sup>81</sup> Este censo se realizó recorriendo las calles de la zona romántica, de Amapas y la playa Los muertos; se inició desde junio 2016 y se actualiza de forma mensual al observar la apertura o cierre de los espacios enlistados. El censo incluye el nombre de las empresas, si son LGBT o *LGBT friendly*, su domicilio, página web y una breve descripción de sus actividades y horarios.

señalizan lugares especiales para el cartógrafo, pero sobre todo, el mapa es una imagen-documento que de acuerdo a (Montoya Arango, 2007, p. 164) "establece ciertos marcadores visuales y signos que arbitrariamente naturalizan las relaciones espaciales, operando a la manera de un correlato".

Los mapas que a continuación se despliegan representan el discurso construido con base en los diferentes actores que forman parte de esta tesis, al representar un espacio apropiado, (de)construido y producido con relación a una comunidad que buscan lugares que les permita "ser ellos mismos" y cuyas acciones construyen un nuevo orden socio-espacial.

Se concibe el espacio turístico *LGBT friendly* en Puerto Vallarta como un *lugar imaginario* de distinción (Watkins, 2015), que enmarca a la ciudad como algo único, a través del fenómeno del turismo que comunica la idea de un lugar (re)interpretado por aceptar la diversidad sexual en el contexto mexicano y mundial.

El *lugar imaginario* se fundamenta con argumentos de cómo ese lugar es representado por *espacios idealizados*, que en este caso es la zona romántica, la cual se puede concebir como un territorio que ofrece libertad y respeto para la comunidad LGBT+, pero también como un *gueto invisible* que concentra en dos colonias la oportunidad de disfrutar la libertad y respeto en un marco geográfico limitado. Los *espacios idealizados* son materializados por los gobiernos que concretan esos cambios a través de políticas públicas (Watkins, 2015) pero también a través de la agencia de actores como turistas, empresarios, residentes y asociaciones que han construido discursos a través de rearticulaciones a lo largo del tiempo.

Los *lugares y espacios idealizados* ofrecen narrativas de cómo los lugares evolucionan hasta *transformar los imaginarios espaciales* que conllevan a pensar el cómo ha sido configurado el lugar, cómo se podría configurar en el futuro y cómo las prácticas enmarcadas en el fenómeno del turismo LGBT+ transforma el imaginario social y por ende el orden social en el caso Vallartense.

El mapa 4 es la representación visual del territorio que inicia al cruzar el río Cuale y abarca hasta la colonia Amapas, el recuadro en color rosa delimita lo que socialmente se llamado la zona gay o *LGBT friendly* de Vallarta, aunque no son límites geográficos

establecidos de manera legal, sí forma parte de un imaginario espacial socialmente construido, con ideas compartidas y que representa lugares y espacios para una comunidad (Said, 2003).

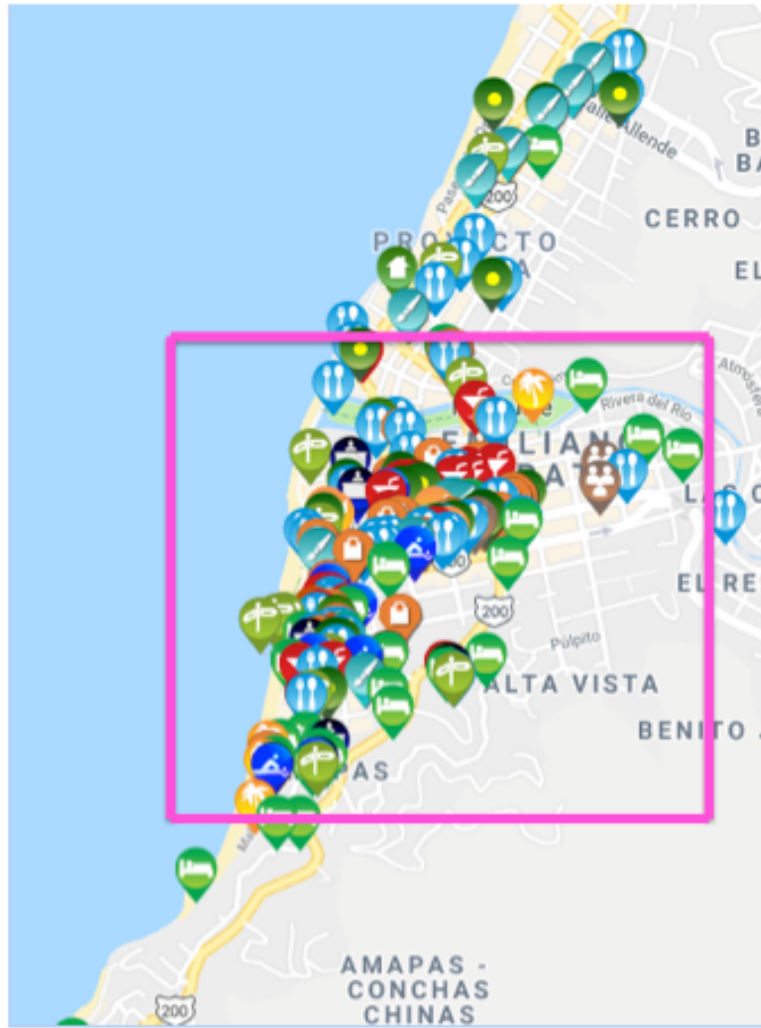
Mapa 4 Zona romántica en Puerto Vallarta



Fuente: elaboración propia a partir de la herramienta Google Maps.

La zona romántica se ha constituido a través de los años como lugar que ha transformado el orden espacial y al mismo tiempo el orden socio-sexual; a continuación se presenta el mapa 5. Establecimientos *LGBT friendly* en la zona romántica y sus alrededores, en el cual cada ícono del mapa representa sitios de alojamiento, bares, clubes de playa, centros de masaje o spa, bares de *strippers*, centros de compras, galerías de arte, centros culturales, en otros, todos con una característica esencial: su cliente principal es la comunidad LGBT+.

Mapa 5 Establecimientos LGBT friendly en la zona romántica y sus alrededores



Fuente: elaboración propia basado en el mapa virtual de la revista Gay Guide Vallarta

Aunque en el mapa 5 no logran aparecer todos los espacios comercializados como gays o *LGBT friendly* de la zona romántica, los íconos como elementos visuales nos permiten establecer una relación de ocupación del espacio a través de una categorización establecida por lugares de alojamiento, restaurantes, clubes de playa, centros de masaje, bares, centros nocturnos de desnudismo (*strippers club*); los establecimientos se concentran por tipo de unidad económica y pueden ser revisados en la tabla 5, donde se muestran los establecimientos visitados por turistas/residentes LGBT+ en la zona romántica, en el censo

realizado por el autor de esta investigación hasta abril de 2018 se registraron 214 establecimientos *LGBT friendly*.

Tabla 5 Establecimientos visitados por turistas/residentes LGBT+ en la zona romántica

Tipo de unidad económica	Cantidad
<b>Aerolíneas</b>	2
Agencias de viaje y tour operadoras	12
Asociaciones	4
Asociaciones de apoyo AC	5
Bares y discotecas	34
Centros culturales (teatros)	2
Centros nocturnos de desnudismo	3
Clubes de playa	4
Consultorios dentales	8
Cruceros gays	2
Galerías de arte	14
Gimnasios	2
Hipotecarias	3
Hoteles y villas (hospedaje)	31
Inmobiliarias (realtors)	17
Joyerías	7
Restaurantes	33
Revistas de publicidad LGBT	4
Servicios médicos y jurídicos	11
Spa (centro de tratamientos corporales)	20
<b>TOTAL</b>	<b>214</b>

Fuente: elaboración propia

De acuerdo al anuario estadístico 2016 emitido por la Secretaría de Turismo de Jalisco, el estado cuenta con 1,909 establecimientos de hospedaje registrados, de los cuales 333 se localizan en el municipio de Puerto Vallarta, lo cual representa el 17.44% de la oferta de hospedaje, sin embargo, Puerto Vallarta tiene el 37.5% de los cuartos ofrecidos para hospedaje en Jalisco, es decir un total de 30,791 de un total de 82,105 cuartos en el estado.

El turismo en general en Puerto Vallarta creció y se puede observar en el incremento del porcentaje en ocupación hotelera que se tuvo de 2015 a 2016, donde se pasó de un

66.09% a un 71.86% respectivamente (SECTUR, 2016), la información previamente presentada se ve respaldada con el incremento de la afluencia turística al municipio que pasó 4,057,875 visitantes a 4,203,517 (2,643,666 nacionales y 1,559,851 internacionales), lo cual representa un incremento del 3.59% y generó una derrama económica de \$ 15,218,015,210 pesos de los cuales el 57.16% provino de los turistas extranjeros y el restante 42.84% provino de turistas nacionales.

Es importante resaltar que en la zona romántica, el alojamiento especializado para la comunidad LGBT+ se concentra en 31 hoteles, villas, hostales y residencias en renta, sin embargo, durante el 2017-2018, cuatro grandes cadenas de hoteles se pronunciaron como *LGBT friendly* en Puerto Vallarta: *Casa Magna Marriot*, *Hilton*, *Hard Rock Café hotel* y *Fiesta Americana*, los cuatro hoteles se encuentran en la zona hotelera de Puerto Vallarta, fuera de la zona romántica, sin embargo, esto demuestra la importancia de este mercado para los empresarios hoteleros y lo cual está ampliando el territorio *LGBT friendly* al menos a cuatro hoteles fuera de la denominada zona gay de Puerto Vallarta.

Mapa 6 Alojamiento para la comunidad LGBT+



Fuente: elaboración propia basado en el mapa virtual de la revista *Gayguidevallarta*



Todas las opciones de alojamiento pueden ser encontradas a través de los sitios de reserva en internet, pero también a través de dos grandes administradoras de bienes inmuebles en Puerto Vallarta cuyo principal mercado son los gays: PVPVR y Palmera Vacations.

En términos generales el turista que visita Puerto Vallarta tiene características que concentran en un perfil particular, cuando se habla de turistas nacionales en Puerto Vallarta, el 45.12% proviene del mismo estado de Jalisco, el 12.8% proviene del Distrito Federal ahora Ciudad de México, en tercer lugar de Aguascalientes con el 6.81%, en cuarto lugar con 6.6% de Guanajuato y en la quinta posición se encuentra Nuevo León con el 3.6% de los visitantes recibidos. Mientras que en el caso de los turistas extranjeros, el primer lugar lo ocupan los estadounidenses con el 67.49% (California representa el 30.5% de los estadounidenses recibidos), los canadienses con 29.08% (28.8% de los canadienses provienen de Alberta) y en tercer lugar turistas provenientes de Europa con el 2.09% (37.4% de los europeos provienen de Inglaterra).

Aunado al perfil de los visitantes, es importante señalar las noches promedio que se hospeda un turista en hospedaje registrado, se encuentra que mientras el nacional paga 3.04 noches el turista extranjero paga 4.59 noches y cuando se hospedan en casas particulares, el turista nacional se queda en PV en promedio 6.07 noches en comparación de 8.7 noches que disfruta un extranjero en el mismo destino.

En el cuadro 3. Estancia y gasto promedio de los turistas en Puerto Vallarta, se puede apreciar que el gasto promedio por estancia, siempre es mayor en el caso de los extranjeros, los cuales en promedio derraman \$6,822.35 pesos durante su estancia en un hospedaje turístico versus un turista nacional que derrama prácticamente la mitad \$3,766.50 pesos; cuando no se paga hospedaje, la derrama económica parece beneficiar a la población vallartense pues el gasto promedio del turista se eleva en un 12.9%.

Tabla 6 Estancia y gasto promedio de los turistas en Puerto Vallarta

Determinantes económicos de la afluencia turística en Puerto Vallarta						
	HOSPEDAJE TURISTICO		CASA PARTICULAR		NO HOSPEDADOS	
	NALES.	EXTR.	NALES.	EXTR.	NALES.	EXTR.
Estancia promedio (noches)	3.04	4.59	6.07	8.70	0.33	0.38
	1238.98	1486.33	470.83	885.38	526.21	919.33
Gasto p * estancia p (pesos)	3766.49	6822.26	2857.94	7702.81	173.65	349.35

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos de SECTUR, 2016

El segmento especializado LGBT+, no está diferenciado en las estadísticas emitidas por SECTUR (2016), sin embargo, se revisó la información ofrecida por el Observatorio Integral<sup>82</sup> (Observatorio Integral de la Región Turística, 2017) de la Región Turística Puerto Vallarta-Bahía de Banderas en el cual ofrece estadísticas del segmento LGBT+ en la zona romántica. La estancia promedio en la zona romántica reportada por los turistas LGBT es de más de 7 noches, el 50.14% de los encuestados así lo manifiestan; resaltando que el 17.38% de los turistas LGBT encuestados declaran quedarse más de un mes en Puerto Vallarta. Resulta relevante que el 44.44% de los turistas LGBT+ se hospeda en hotel mientras que el 39.6% dice rentar una casa, departamento u otros y el 5.41% de los turistas dice quedarse en sus propias viviendas (casa o departamento).

Es importante destacar, que aunque el *segmento especializado LGBT*, ha sido señalado como un segmento de alto poder adquisitivo, lo cierto es que tanto las identidades como el poder adquisitivo de la comunidad LGBT+ son diversas, es decir, si bien existen integrantes de dicha comunidad con un status económico alto, también existen con un status económico bajo, en el territorio de la zona romántica se pueden encontrar opciones para todo tipo de

<sup>82</sup> Estudio realizado durante febrero de 2017, a una muestra de 387 visitantes, con un nivel de confianza del 95% y un error de estimación del 5%, la encuesta fue respondida únicamente por turistas que se autoidentificaron como parte del segmento LGBT+. Aunque el estudio muestra algunas limitaciones metodológicas, es el único estudio referente a la demanda del segmento LGBT+ con el que se cuenta hasta noviembre de 2017.

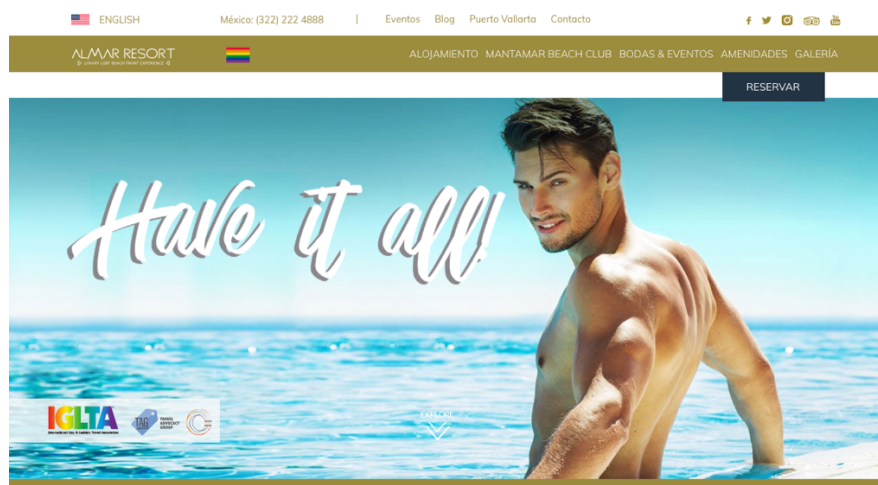
“bolsillos”, sin embargo, lo que resalta es el imaginario de estar y convivir en un espacio que brinda la posibilidad de mantener prácticas con amigos, amores y familia que no necesiten encubrirse por la orientación sexual de las personas que las realizan.

Dentro de las opciones hoteleras en la zona romántica destacan seis opciones que tiene la comunidad LGBT+ como centros de descanso especializados en el sector lésbico, gay, bisexual y transexual: *Almar Resort Luxury LGBT*, *Hotel Mercurio*, *Casa Cúpula hotel*, *Blue chairs hotel*, *Villa Mercedes petit hotel* y *PiñataPV hotel*. Cada una de las opciones representa la oportunidad de atender de manera diversificada al segmento, se presentan dos de las opciones enlistadas:

### 1) *Almar Resort Luxury LGBT Beach Front Experience*:

... el único resort LGBT de lujo en Puerto Vallarta, considerado un oasis de experiencias únicas para ti, aquí encontrarás todas esas cosas que te hacen sentir magnífico en todos los aspectos, un espacio con 41 suites de lujo que se vestirán con las más exclusivas amenidades y servicios... diversos espacios como albercas, bares, restaurantes, tratamientos especializados de spa y hasta un jacuzzi en la privacidad de tu lujosa habitación en donde el problema será saber cuándo puedes regresar. Almar Resort está pensado para ti, un lugar con una decoración y colores que derrochan libertad, lujo y placer, una atmósfera frente al mar donde te encontrarás caminando de la mano con esa persona especial, enlazando tus pies con la inmensidad de nuestras playas y la majestuosidad de sus atardeceres. Además, disfruta de una gama de servicios de cinco estrellas, tales como cocinas totalmente equipadas, baños con productos de la marca europea L'Occitane y prendas de baño para tu total comunidad. (Almar Resort, 2018)

Imagen 17 Almar Resort Luxury LGBT Beach Front Experience



Fuente: Almart Resort (2018)

Este hotel destaca por ser el que tiene mayor cantidad de habitaciones y cuya mercadotecnia está enfocada en el lujo al que puede acceder la comunidad LGBT, es el hotel/resort con los precios más altos en las habitaciones las cuales oscilan entre los \$3,000 pesos mexicanos a \$30,000 pesos mexicanos por habitación/noche, dependiendo de la fecha de reservación.

## 2) Blue chairs resort by the sea:

...ubicado frente a la playa de los Muertos en la Zona Romántica de Puerto Vallarta, Jalisco, México. A unas calles de la diversión y el entretenimiento. Por su ubicación, está a pocos pasos de restaurantes, bares, tiendas y de los clubes nocturnos más populares de Vallarta. Para estar en el corazón de zona gay y en un hotel tradicionalmente mexicano, *Hotel Blue Chairs* ofrece una opción inigualable. Nuestro hotel es ideal para conocer amigos de todo el mundo. Somos el único hotel gay de Puerto Vallarta frente a la playa y con la calidad de un hotel de lujo, pero a un costo más accesible (Blue chairs, 2018).

Imagen 18 Blue Chairs Resort by the Sea



Fuente: Blue Chairs Resort (2018)

El hotel "Sillas azules" por su traducción al español, fue el primer hotel gay en México, localizado frente al mar, fue la primera opción considerada totalmente gay para la comunidad, su relevancia es tal, que alrededor de este hotel se encuentra frente su club de playa y los otros tres clubes de playa restantes en la zona romántica, los cuales fueron establecidos alrededor de este ícono en la playa de Los Muertos.

Es importante destacar que sí hay diferencias entre los hoteles considerados como LGBT (*friendly*) y los hoteles gay, la principal de ellas es que las actividades que se ofrecen en los hoteles gay están enfocadas en actividades para hombres, por ejemplo, eventos de osos<sup>83</sup>, encuentros vespertinos en sus albercas con *strippers* hombres y encuentros nocturnos en sus saunas, entre otras actividades.

Los turistas que acuden a Puerto Vallarta manifiestan hacerlo principalmente por ocio y recreación, sin embargo, también acuden por negocios, turismo médico y en el caso particular de los turistas nacionales, para visitar a sus amigos o familiares; esta información se resume en la tabla 7.

Tabla 7 Tipo de turismo en Puerto Vallarta

Motivación de la afluencia turística	TURISMO	
	NALES.	EXTR.
<b>COMPRAS</b>	2.00	0.75
<b>DE PASO</b>	1.00	0.10
<b>OCIO Y RECREACION</b>	74.90	91.08
<b>PROFESIONAL O NEGOCIOS</b>	4.10	2.05
<b>SALUD</b>	3.00	5.00
<b>VISITAR AMIGOS Y FAMILIARES</b>	15.00	1.02
	<b>100.00</b>	<b>100.00</b>

Fuente: elaboración propia con base en datos obtenidos de Sectur, 2016

Los turistas que fueron encuestados por el OIT (2017), se autodefinieron de la siguiente forma: 92.31% como gays; 3.7% como lesbianas; 2.85% como bisexuales; .57% transgénero y, el .57% manifestó tener una identidad *queer*<sup>84</sup> (OIT, 2017:4). La edad es un elemento estadístico que se resalta de este estudio por dos cuestiones: 1) capacidad de poder de compra y 2) por el tipo de actividades realizadas en el destino, aunque la edad podría no

<sup>83</sup> Construcción social autoasumida por hombres gays que generalmente son velludos, robustos y/o musculosos.

<sup>84</sup> En el estudio de la OIT (2017), las personas *queer* son definidas como "indecisos", lo cual en tanto a definición y concepto es erróneo.

ser una limitante para ambas propuestas, lo cierto es que sí ayuda a distinguir el tipo de prácticas y consumos en la zona romántica.

Del 100% de los turistas entrevistados por el OIT (2017), el rango de edad<sup>85</sup> que más visitantes reporta es de 50 a 57 años de edad, que representa un 25.64%, seguido del rango 42-49 años con 20.8 % y, en tercer lugar, el rango de edad compuesto 34-41 con 17.66% del total (OIT, 2017:4). Aunado a lo anterior, los turistas manifestaron acudir a la zona romántica acompañados de amigos (32.48%), de su pareja (51.57%) y sólo el 15.38% de los turistas mencionó estar vacacionando sin acompañantes en la zona romántica vallartense.

El motivo de viaje más manifestado por la afluencia turística LGBT+ es el "descanso" que representó un 84%, mientras que un 5% fue identificado como "turismo médico" que aprovecha y acude al dentista, especialistas médicos y en algunos casos a realizarse cirugías (OIT, 2017:4). Las actividades turísticas que fueron altamente reflejadas por el segmento entrevistado revelan que al menos el 78.92% realiza diversas prácticas de entretenimiento, destacando actividades en spa, cruceros-yates, saunas y visitas al jardín botánico de Puerto Vallarta.

En el censo realizado por el autor de esta investigación respecto a la infraestructura del espacio, destaca el número de bares y discotecas especializados para la comunidad, son 34 centros LGBT, de los cuales, en 31 de ellos se permite el ingreso a cualquier persona sin que tenga que visibilizar preferencia sexual explícita para ingresar, el único requisito de ingreso es el respeto a la comunidad LGBT+. Sin embargo, existen tres bares nudistas (*strippers*) de hombres, en los cuales se prohíbe el ingreso a mujeres, pues su mercado se concentra en los hombres que acuden a ver a otros hombres bailar y desnudarse. Aunque los bares están distribuidos en toda la zona romántica, se concentran la mayor cantidad de ellos en tres de sus calles principales: Ignacio L. Vallarta, Lázaro Cárdenas y Olas Altas, lo cual puede ser percibido en el mapa 7. Bares y discotecas LGBT.

---

<sup>85</sup> Se desconoce la intención en la segmentación de edad, cada 7 años y en el último grupo hay un brinco y pérdida de información de 4 años, de la edad 58-61, se pasa a más de 65 años.



hombres, lo cual se puede apreciar en la imagen 19, donde se muestra la relación espacio-prácticas en el entorno vallartense nocturno.

Imagen 19 Vida nocturna en bares LGBT de la zona romántica



Fuente: autoría personal

Durante el *Vallarta Pride* se cierra una parte de la calle Lázaro Cárdenas para albergar a los más de 17,000 asistentes que acuden cada año a celebrar el orgullo gay, a esto se le denomina *Block Party*, el acceso es controlado por los organizadores de *Vallarta Pride* que se agrupan a través de la asociación ACT LGBT AC.

Imagen 20 Fiesta en la calle en la zona romántica



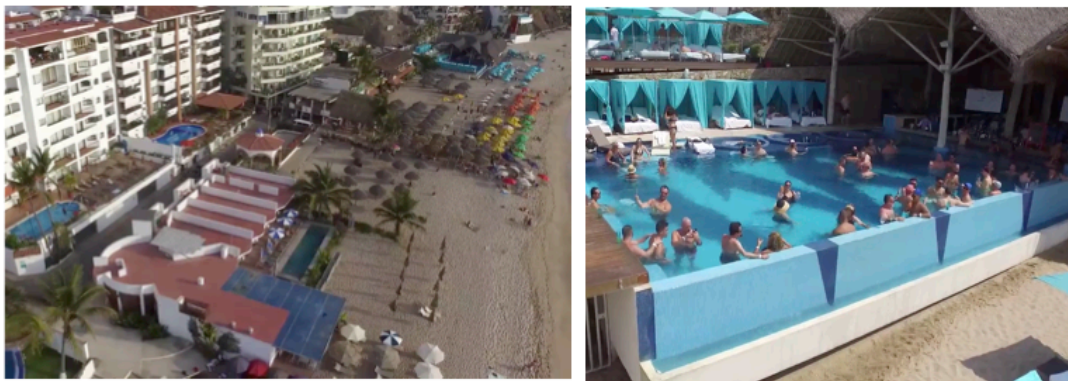
Fuente: autoría personal



Durante el día, la principal atracción para la comunidad LGBT+ es la playa Los Muertos, la cual tiene una sección al final de la misma que se considera como la playa gay. En este borde costero, existen 4 centros de playa (*Mantamar, Ritmo's, Blue Chairs, y Sapphire Club*), en donde se ha observado que más del 90% de los clientes son hombres, en la figura 23. Clubes de playa LGBT en playa de Los Muertos, se puede observar la convivencia de hombres en uno los clubes de playa de la zona romántica de lado derecho, mientras que el lado izquierdo de la figura es otra toma aérea del espacio ocupado por los cuatro clubes de playa enlistados previamente.

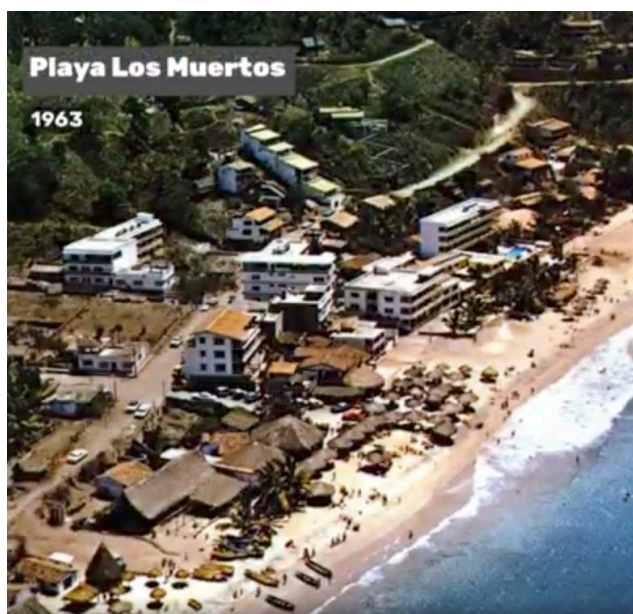
Con el fin de identificar diferencias entre las prácticas que ocurren en torno a la comunidad LGBT+ dentro y fuera de los límites de la zona *LGBT friendly*, el trabajo de campo incluyó episodios de observación participante, en uno de los cuales se acompañó a una pareja de turistas gays durante un día de sus vacaciones. Una de las experiencias que se tuvo en esta ocasión, fue cuando al caminar tomados de la mano sobre la playa de Los Muertos (área no *LGBT friendly*), vistiendo únicamente traje de baño corto y ceñido al cuerpo, los integrantes de la pareja recibieron en dos ocasiones comentarios y chiflidos en forma despectiva. Si bien a ellos pareció no importarles estas ofensas verbales y continuaron su trayecto, resulta notable que estas manifestaciones violentas hayan ocurrido a 200 metros de lo que se considera la playa *LGBT friendly*, para la que se debe cruzar el área de playa de Los Muertos que tiene sus límites geográficos y simbólicos al iniciar los clubes de playa gay, en los cuales se ejercen y expresan libremente prácticas asociadas a los afectos y la sexualidad LGBT+ sin ser objetos de discriminación.

Imagen 21 Clubes de playa LGBT en playa de Los Muertos



Fuente: autoría propia con edición de Signalab, Iteso, 2017

Imagen 22 Playa de Los Muertos



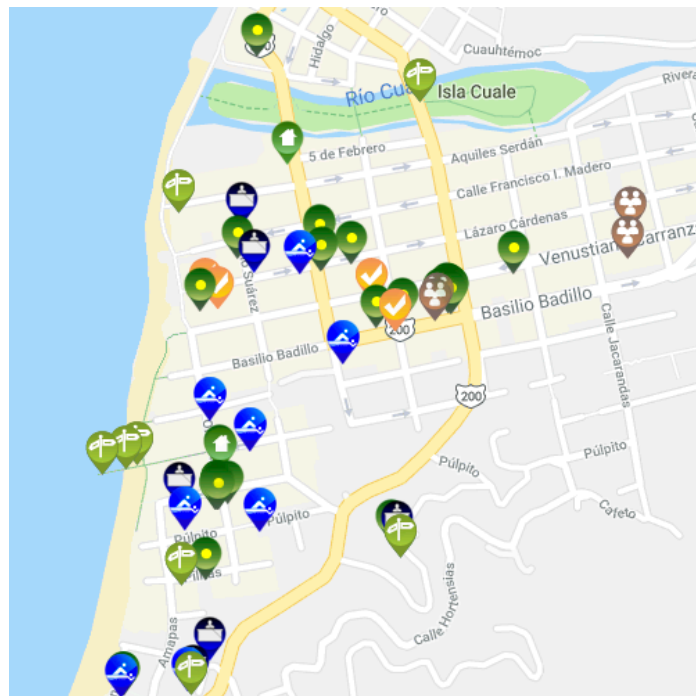
Fuente: *Puerto Vallarta Net*, 2017

Como se puede observar en las imágenes 23 y 24, el espacio de la playa de Los muertos además de haber crecido en cuanto al tamaño y cantidad de las construcciones, ha sido configurada y apropiada como una zona que se ha convertido en espacio LGBT+, es decir, un lugar habilitado (físicamente) y configurado socialmente para realizar prácticas sociales que permite el ejercicio libre de prácticas afectivas, amorosas y turísticas de los turistas de la comunidad LGBT+.

El sentido de apropiación de los espacios en Puerto Vallarta no sólo proviene de la comunidad LGBT+ en esos lugares conquistados, si no también del resto de la sociedad que proyecta que en los demás lugares se deben seguir ciertos roles, que existen apegos afectivos y que se deben destinar para ciertas actividades sociales, económicas y políticas (Giménez, 2000), que no incluyen a los gays dentro de su imaginario.

Como parte de la infraestructura y elemento configurador del espacio LGBT+ se encuentran diversos negocios como centros de masajes, saunas, cruceros gays y galerías de arte, los cuales forman parte de la cartografía vallartense, en el mapa 8. Otras opciones de entretenimiento e inmobiliarias, se presentan cuatro íconos, el verde con una libélula representa las diferentes opciones para tours gays como los cruceros *Diana's Cruises* y *Wet & Wild Cruise*; el ícono azul con una figura inclinada representa los centros de masaje o spa; el ícono azul con negro representa opciones para conseguir y/o administrar alojamientos y los íconos verdes con una casita blanca representan las diferentes empresas inmobiliarias.

Mapa 8 Otras opciones de entretenimiento e inmobiliarias



Fuente: elaboración propia basado en el mapa virtual de la revista *Gayguidevallarta*

Los centros de masaje o spa, son visibles en las calles de la zona romántica, el deseo de relajación en la práctica turística LGBT ha detonado la creación de por lo menos 20 centros

que se ocupan de atender al turista y al residente LGBT+ que busca un masaje o tratamientos corporales, en las calle de Rodolfo Gómez y Amapas existen alta concentración de masajistas que esperan fuera de los establecimientos, ya que al pasar los turistas o residentes son invitados a ingresar a las instalaciones para disfrutar los diferentes tipos de masajes: relajante, profundo, con piedras calientes, tántrico y aunque poco mencionado y nunca ofertado de manera pública, el masaje sexual también es parte de las actividades que suceden en estos centros de relajación en conversación sostenida con diferentes masajistas, mencionaron que los acuerdos son pactados en privado (masajista-cliente) y normalmente acordados durante el masaje oficialmente contratado, los dueños de los lugares mencionaron no estar informados al respecto, debido a que se respeta la privacidad en las cabinas de masaje.

Existen dos cruceros gays que salen del espacio de la zona romántica para disfrutar del mar durante 6 a 8 horas, su punto de reunión es el muelle de la playa de Los Muertos, estos cruceros gays congregan a hombres particularmente, aunque no de forma exclusiva. El requisito principal es pagar las cuotas de ingreso que van de los 120 a 200 dólares, en las imágenes 24 y 25 se presentan imágenes de estos espacios.

Imagen 23 Wet & Wild crucero gay en Puerto Vallarta



Fuente: PVSunset Party Cruise, 2018

Diana Decoste, es extranjera y residente en Puerto Vallarta (zona romántica) desde hace más de 20 años, inició con su crucero (*Diana's Tours*) para gays y lesbianas desde 1990,

su tour se ofrece únicamente los días jueves y en algunas ocasiones los días sábado y domingo (temporada alta), ella atiende todas las salidas del crucero y se embarca en cada tour con sus clientes. En conversación con ella afirma que cada día que ha pasado ha visto un desarrollo mayor en cuanto a infraestructura, pero lo que más le gusta es la apertura de mente (*open mind*) de la gente en Vallarta, pues asegura que la situación en 1990 dista abismalmente de lo que sucede hoy en cuanto aceptación y respeto hacia la comunidad gay.

Imagen 24 Crucero Diana's Tours



Fuente: <https://www.facebook.com/diana.tours.3>

Así como estos cruceros aparecieron en los itinerarios de turistas y residentes LGBT+ en Puerto Vallarta, cada año se ve incrementada la oferta de servicios y productos especializados para una comunidad que crece visiblemente para la sociedad vallartense, con la aceptación, respeto e igualdad que se va ganando también aparecen otros conflictos sociales como la venta de la ciudad, que provocan relaciones laborales precarias (Bensunsán, 2009), despojo y pérdida del sentido de lugar (Benach, 2016), conflictos que se reflexionan en el siguiente apartado que se presenta.

#### 7.4 Zona romántica en el mapa de las guías turísticas: venta de la ciudad, sentido del lugar o forma de resistir y construir espacio para la comunidad LGBT+

---

En este apartado se presenta una discusión crítica, sobre lo que sucede en un espacio en conflicto, un conflicto que como Benasayag y del Rey (2012) afirman, no celebra un enfrentamiento sino el principio mismo de la emergencia de lo nuevo, de toda creación y en el sentido de Puerto Vallarta, la creación no proviene únicamente de los lugares materiales o físicos, sino de las posibilidades que en ellos se ve para llevar a cabo prácticas sociales, prácticas que no son permitidas o bien vistas por toda la sociedad y por ende señaladas mediante actos violentos y/o discriminatorios. Sin embargo, al tener espacios *LGBT friendly* como el de la zona romántica en Puerto Vallarta, se busca vivir y resistir, luchando por mejorar y configurar no sólo al espacio, sino a la sociedad misma.

Es cierto que la venta del espacio urbano se ve cristalizada en las colonias referentes de esta investigación, los edificios suelen aparecer día con día en construcción y las pequeñas casas con tejados rojos que formaban parte del espacio vallartense empiezan a desaparecer para dar cabida a complejos departamentales que venden cada unidad habitacional en por lo menos 110,000 dólares estadounidenses. Cifras inalcanzables con el sueldo promedio de un mexicano, que hacen imposible adquirir una propiedad en este espacio turístico.

Sin embargo, la atracción de flujos turísticos internacionales, particularmente el estadounidense y el canadiense ha sido la gran estrategia de internacionalización del puerto. Generando dos situaciones en la ciudad: 1) movilidad y cambio de residencia de estos turistas internacionales a Puerto Vallarta al menos durante seis meses, generalmente de octubre a marzo, que son los meses invernales en sus lugares de origen; 2) la compra y/o renta de casas, departamentos o villas que han ocasionado un incremento en la demanda y por ende un incremento en sus precios y, 3) al existir mayor demanda, la oferta busca incrementarse con la construcción de mayores condominios o edificios de departamentos que satisfagan esa necesidad de vivienda temporal.

Cada uno de los puntos presentados previamente han generado un efecto de contraposición al turismo; mientras que los turistas y residentes de la comunidad LGBT+ se ven provistos de espacios para disfrutar de su sexualidad libremente, "al ser ellos mismos",

la realidad de la ciudad también plantea un panorama de desposesión por una creciente acumulación, lo cual genera adquisiciones a bajo costo el suelo y después lo transforman para darle mayor valor (Harvey, 2008).

Esa desposesión, es un referente en la zona romántica, hay empresarios que han sido amedrentados por no vender su propiedad en la zona romántica, confiesan haber tenido miedo por no ceder a las presiones que quisieron obligarlos a vender sus propiedades, sin embargo, no vendieron.

En esta tesis se busca visibilizar cómo el capital financiero resulta dominante y busca formas de colocar el excedente en negocios como los edificios en la zona romántica, lo cual ha generado un *boom* inmobiliario que conlleva una configuración del espacio. Este fenómeno va más allá de los nuevos edificios, pues también incluye la compra de casas para generar locales comerciales o establecer negocios que atiendan al turismo, en este sentido Harvey (2008) señala un nuevo proceso de colonización sobre la clase más precaria:

¿lucha de clases?- la acumulación por desposesión impuesta sobre los menos pudientes y del impulso promotor que pretende colonizar el espacio para los ricos (Harvey, 2008:39).

Este espacio ha beneficiado a los residentes con la atracción de turistas que derraman diariamente dólares a través de las actividades turísticas y de inversión, sin embargo, esa derrama económica suele desvanecerse y generar mayor beneficio para las clases altas, derivado de que los trabajadores viven en situaciones precarias e incluso viven situaciones de despojo y expulsión por no contar con los recursos financieros que les permitan vivir en zona romántica. No todas las casas de los residentes fundadores<sup>87</sup> han sido vendidas o puestas en venta, hay vecinos que dicen que no venderán aun con las presiones que dicen recibir todos los días.

La mercantilización del espacio y la vida misma en la zona romántica busca satisfacer esas necesidades de expansión y masificación, pero al mismo tiempo busca crear un cambio en el *sentido del lugar* para desposeer de significados urbanos complejos tanto a locales como a visitantes (Benach, 2016; Harvey, 2008).

---

<sup>87</sup> Aquellos residentes que han estado en Puerto Vallarta desde la constitución de la misma ciudad, que han perdurado por generaciones a través de sus familias y al nacer en el espacio se les ha denominado pata saladas.

Ese *sentido de lugar*, considerado como el apego subjetivo y emocional que se mantiene con los lugares como resultado de los procesos individuales y sociales (Benach, 2008; Tuan, 1974), es justamente donde se perciben la ruptura y modificación del orden social en Puerto Vallarta.

Si bien autores como Benach (2016) o el mismo Tuan (1974) refieren que el sentido del lugar puede perderse por los residentes al sentirse fuera de lugar, la realidad que se construye con respecto a la aceptación de la comunidad LGBT+ parece detonar quiebres en el orden establecido durante siglos, orden que se ha puesto en duda desde 1950 cuando la ciudad se volvió centro de atención y se convirtió en una ciudad turística. Esa forma de turismo tradicional atraería durante esa época a una comunidad gay socialmente rechazada, que sin embargo encontraría en Puerto Vallarta espacios que con el paso de los años iría conquistando.

No ha sido fácil la construcción socio-espacial de esta realidad, se han librado cientos de batallas diarias durante la configuración del espacio, un territorio en disputa que se dirime todos los días por empresarios como Paco<sup>88</sup>, que en la actualidad se agrupan en colectivo para tener mayor influencia en la toma de decisiones relacionadas con la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta, así como activistas que buscan resistir en asociaciones de orden civil como SETAC, ACT LGBT, Colectivo Vallarta LGBT y ANA, han unido sus esfuerzos para que junto con más residentes y turistas logren transformar la realidad, una realidad donde caben muchas realidades que cuyo fin es evitar la discriminación a los turistas y residentes derivado de su orientación sexual o identidad de género, aun cuando va en contra del orden social establecido en el contexto mexicano.

Si luces y sombras se suceden, el desafío no puede consistir en desear vivir en otra época, sino en conseguir crear, luchar, pensar, resistir, resumiendo, en vivir para y por una época oscura. Alegría y tristeza no dependen de una época particular. La alegría emerge de la posibilidad de asumir la época (Benasayag y Del Rey, 2012:251).

---

<sup>88</sup> Se le considera el "padre" del turismo LGBT en Puerto Vallarta, fue apresado en varias ocasiones por haber establecido el primer bar gay reconocido como tal en la zona romántica, hubo redadas en sus establecimientos, sin embargo, no claudicó y hasta su fallecimiento luchó por los derechos de una comunidad que se veía protegida en este espacio. De acuerdo con información obtenida en la investigación etnográfica, se pretendía que durante el 2018 se hiciera un busto de él y se colocara en la calle principal de la zona romántica, en reconocimiento por su lucha de los derechos humanos en el contexto turístico.



La tristeza de una comunidad LGBT+ que se ve discriminada, violentada e incluso silenciada con la muerte durante la época actual, ve resquicios de configuración del espacio que les permite ser ellos mismos, pero lo que realmente manifiesta este espacio son las grietas del modelo social heteronormativo. Aunque se coloca un gueto invisible e imaginario enmarcado en la zona romántica como parte de las realidades, también es cierto que se abre el paisaje de paraíso como otra realidad construida que busca ser modelo para otras ciudades en el panorama mexicano. Las emociones de alegría y disfrute de los espacios en la zona romántica que emergen y se visibilizan en la comunidad LGBT+ en el contexto turístico, no es otra cosa más que la exaltación de actuar y practicar un espacio en el marco de los derechos humanos y la posibilidad de vivir juntos (Touraine, 2012).

En el siguiente apartado se presenta una apuesta por visibilizar las fronteras en términos geográficos y simbólicos como parte de la configuración del espacio en un territorio apropiado por la comunidad LGBT+.

### ***Fronteras invisibles establecidas en el territorio de la zona romántica: construcción de un gueto simbólico***

Al hablar de Puerto Vallarta como destino *LGBT friendly*, se debe visibilizar que en realidad es una zona específica la que ha recibido esta carga-beneficio; cruzar el río Cuale ubicado en el centro de Puerto Vallarta, es la práctica que permite considerar que se ha entrado a la zona gay, en la cual, la gente (habitantes, trabajadores, turistas, empresarios, la policía) hace del espacio un lugar diferente; a partir de ese punto los sujetos de la comunidad gay, “*se sienten libres y protegidos para poder ser ellos mismos*” (Ersoy et al., 2012; Blichfeldt et al., 2013). El cruce del río Cuale del centro de Puerto Vallarta hacia la colonia Emiliano Zapata (zona romántica) puede ser a través de tres puentes que unen ambas colonias (centro y zona romántica) y es a través de este cruce de puentes que se puede encontrar un territorio en el que las prácticas de afecto, de amor, sexuales o incluso turísticas que realizan los miembros de la comunidad LGBT+ son aceptadas y respetadas.

La vida de la comunidad y turistas LGBT+ que visitan Puerto Vallarta, ha girado en torno a la denominada zona romántica, al cruzar el río Cuale, el territorio se transforma y

parece ser otro, se ven gays en grupos, amigos, hombres con cuerpos casi al desnudo, pero también están los turistas y receptores “no LGBT”, es decir, en el espacio, también se visibilizan heterosexuales en calles, plazas, restaurantes, cafés, bares y playas. Sin embargo, conforme pasan las horas y cae la noche, parece que la zona es más visible en términos gays, pues la apertura de lugares *gay friendly* como restaurantes, bares, saunas, discotecas, etc., hace que los sujetos LGBT+ sean más visibles (por su cantidad y forma de expresión), y es así como dicho colectivo logra validar su identidad gay con el resto de los participantes en el destino.

En este sentido, son las relaciones y las prácticas establecidas por las personas las que logran configurar los espacios-territorios a través del tiempo, configurando la manera de relacionarse, interactuar y en un sentido práctico apropiarse de un territorio, tal es el caso de la comunidad LGBT+ que como movimiento busca manifestarse para hacer valer sus derechos.

el espacio público se concibe como “el espacio de comunicación...el lugar donde confluyen, se tocan, negocian, se enfrentan los diversos grupos sociales que conforman la sociedad, sobre temas y asuntos de interés público...conexión comunicativa entre dos ámbitos: el de los ciudadanos privados, dispersos y fragmentados, y el de las instituciones sociales (políticas, religiosas, culturales, económicas) –que administran y controlan diferentes campos de la vida social (Reguillo, 1999:375).

En este sentido, el gobierno mexicano, en tanto una de las instituciones sociales con mayor poder en nuestro país, ha manifestado públicamente, a través de dependencias como la Presidencia de la República y las Cámaras de Diputados y Senadores, una de las preocupaciones internacionales: la posibilidad de que un conjunto de sujetos (comunidad LGBT+) tengan espacios turísticos de recreación y esparcimiento. El gobierno ha llevado al espacio público a través de la publicidad “las preocupaciones generadas en ese ámbito”.

El espacio público en México es controlado por el Estado y es “resultado de la articulación de formas, normas y procedimientos de carácter histórico que orientan y dan forma al debate y cuya configuración pasa por la estructuras y modalidades del ejercicio del poder” (Reguillo, 1999:377). En el caso particular del debate generado respecto al turismo *LGBT friendly*, la tensión se manifiesta precisamente por los espacios en los cuales los sujetos gays (mayormente visibilizados en comparación con otros miembros de la diversidad sexual como las lesbianas o trans) pueden ser visibilizados por la sociedad, y puedan realizar las

prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas que si bien pueden ser comunes u homogéneas en cualquier turista, pareciera que hay una diferencia por la sexualidad de los individuos, por lo que se ha utilizado el espacio público para “debatir” los lugares apropiados para este tipo de turistas, utilizando el discurso como dispositivo de poder.

Desde 2014 Puerto Vallarta ya era reconocido incluso por el Gobierno federal en las Agendas de Competitividad de los Destinos Turísticos 2013-2018, como un destino *gay friendly*, reconociéndolo como:

no sólo como una, sino como la mejor opción turística para la comunidad Lésbico, Gay, Bisexual, Transgénero (LGBT). Incluso Puerto Vallarta es reconocido como “El San Francisco de México”, “La capital gay de México” ó “El paraíso gay”. El segmento LGBT se ha posicionado como un mercado importante para Puerto Vallarta. De hecho, existe cierto nivel de especialización en este segmento, pues se estima que más del 35% de la hotelería de Puerto Vallarta está destinada al turismo gay. Además, diversas páginas electrónicas de empresas turísticas locales publicitan servicios, paquetes y productos especializados para este mercado. Existe una zona romántica o conocida también como Viejo Vallarta, donde se concentran bares y discotecas dirigidas especialmente a este tipo de público (SecTur, 2014:25).

Recurriendo a Foucault (2001), el poder no se posee, se ejerce y es a través de diferentes y complejos procesos que se logra naturalizar un orden de dominación y contención de los límites, como se puede observar el poder de nominación de la comunidad diversa (LGBT) se hace ver como un “mercado, segmento e incluso como público” cuyo territorio está “concentrado” en la zona romántica. De hecho, en la actualidad cuando se pregunta por la seguridad para pasear como gay o en parejas de la diversidad sexual, desde la Secretaría de Turismo municipal o la Oficina de Igualdad de Género de Puerto Vallarta, se responde que es preferible sostener este tipo de encuentros al cruzar el río Cuale, pues nunca se sabe cómo pueda reaccionar la gente (turistas y residentes) en otros espacios vallartenses.

Bueno, también pasa el tiempo, antes no se tenía ese concepto gay, de que la persona gay se viene a divertir y a dejar una derrama económica, hace tiempo fuimos a un bar éramos puros amigos aquí en Vallarta, no era del puente para acá, íbamos en bolita, si nos sacaron porque no podía ver sólo hombres aquí y era sobre el malecón. dije que bárbaro que mal hace, afortunadamente ese lugar ya está cerrado, no por ese incidente, si no que dije, por esas prácticas el lugar está solo (G1, entrevista etnográfica Oficina de Igualdad de Género, 13 de noviembre de 2017)

Los colectivos (turistas y residentes) han logrado transformar el territorio, dotándolo de significados y significaciones, que, aunque para muchos parecieran espacios excluyentes

por ser considerados *espacios gays*, esas exclusiones de orden social han generado alteraciones a lo que Reguillo (2015) denomina como “anclajes de sentido”:

...apropiación del mundo que se traduce luego en imaginarios compartidos con comunidades afines y en términos generales con proyectos dominantes configurados en largos tiempos históricos y sostenidos por diferentes dispositivos simbólicos como los medios de comunicación, la escuela, la familia, el Estado. El sentido, la interpretación de fondo que elaboramos (y poseemos) del mundo, de las cosas, de las relaciones, de nosotros mismos queda “anclado” pero no sujetado a las configuraciones culturales a través de las cuales interpretamos y actuamos sobre el mundo (Reguillo, 2015:6).

Por lo anterior, se puede decir que el territorio vallartense, puede ser visto como un lugar al que la sociedad le ha destinado ciertas características de organización como espacio y en el cual se desarrollarán determinadas actividades sociales, económicas y políticas, sin embargo, el territorio también se ha configurado con cierto simbolismo y ciertos significados proyectados por los actores sociales (turistas, residentes, empresarios, asociaciones y gobierno) que interactúan en el espacio, provocando apegos afectivos y símbolos de pertenencia territorial que quedan “anclados” pero no sujetados a las configuraciones culturales.

La pertenencia socioterritorial designa el estatus de pertenencia a una colectividad, caracterizada prevalentemente en sentido territorial, es decir, en el sentido de que la dimensión territorial caracteriza de modo relevante la estructura misma de la colectividad y de los roles asumidos por los actores (Giménez, 2000:103).

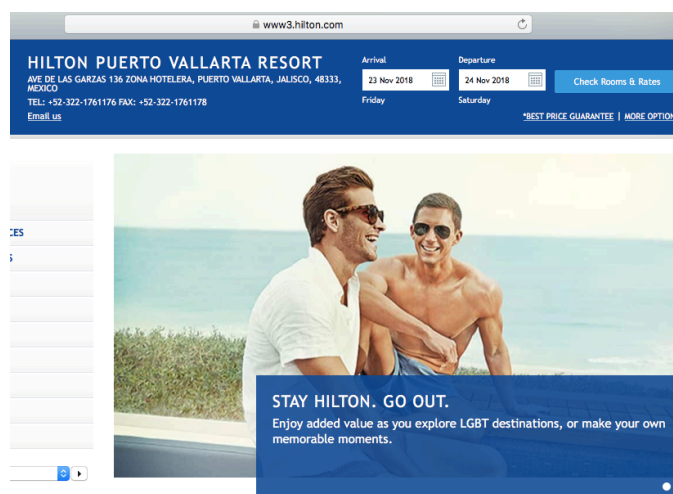
En el caso de los diferentes actores involucrados en la disputa por el territorio vallartense son los turistas, residentes y empresarios LGBT+ los que se apropian y parecen inferir que el territorio representa un papel simbólico en un contexto en el cual sus prácticas sociales son respetadas y en donde las interacciones con la comunidad receptora permiten un involucramiento sociocultural que permite la adhesión compartida al complejo simbólico-cultural de la colectividad, dentro de la cual el territorio desempeña un papel central, logrando convertir el espacio en un referente territorial.

se convierte como en ícono los lugares que son destino LGBT, porque la gente busca ir a conocer gente de otras partes del mundo LGBT, a tener un cierto entretenimiento que se los van a dar en ese lugar, como ya sabemos la cantidad de bares que hay, la cantidad de centros de entretenimiento, de artistas de entretenimiento. desde cantantes, *drag queens*, *strippers*, ¡lo que tú quieras!, hay una gama muy amplia que se concentran en una zona bastante compacta de un lugar como Vallarta porque se viene aquí a vivir la experiencia de lo que es LGBT ... en general a Vallarta van a venir a la fiesta, al desmadre, a la playa, al bar, a conocer gente, a socializar entonces en ese sentido, yo creo que si o sea, las experiencias son en base del destino, también lo que el destino construye y aquí se construyó eso un

lugar de entretenimiento para gente LGBT que se junte; yo sí creo que es producto de las normas sociales y de la discriminación, o sea, hoy en día, ya cobra otros matices no, pero se origina en eso o sea, donde la gente vivía escondida, asustada, amedrentada, discriminada, marginada entonces surgen de repente estos pequeños lugares que son como los espacios claro donde se puede aunque sea por un periodo vacacional, vivir una experiencia sin estarse preocupando de que la sociedad les va a decir, etc. No (Empresario (E3), dueño de hotel gay, 24 de enero de 2018).

La zona romántica se convierte incluso a nivel nacional (México) en un referente geosimbólico, en un espacio que se ha construido a través de los años, donde turistas y residentes de la comunidad disfrutan y pertenecen al lugar, aunque sea por periodos cortos, en el caso de los turistas, pero saben que es un lugar en el cual pueden estar con sus amigos, familiares, parejas o incluso solos y disfrutar del espacio sin temor de ser discriminados o violentados física y/o verbalmente. Sin embargo, este espacio inició su configuración hace más de cinco décadas e inició a ver un crecimiento fuera del mismo espacio limitado y circunscrito a la zona romántica y de Amapas, hoteles fuera de la zona romántica están buscando al mercado LGBT+ para que se hospeden en sus hoteles e incluso tour operadores han creado tours especiales para la comunidad para que se sientan seguros y protegidos, libres de discriminación. Algunos de esos hoteles fuera de la zona romántica con atención al segmento LGBT+ en Puerto Vallarta son: *Hilton Puerto Vallarta Resort; Casa Magna Marriot Puerto Vallarta y Casa Velas Luxury Boutique for Adults.*

### Imagen 25 Sitio del Hotel Hilton Puerto Vallarta Resort



Fuente: <https://www3.hilton.com/en/hotels/jalisco/hilton-puerto-vallarta-resort-PVRPVHF/offers/100068444.htm>

Aunque la globalización <sup>89</sup> ha permitido formular teorías acerca de la desterritorialización, con la creación de una “aldea global” que contiene a todos los territorios y permite la deslocalización de los recursos, para Giménez “los territorios siguen siendo actores económicos y políticos importantes y siguen funcionando como espacios estratégicos, como soportes privilegiados de la actividad simbólica y como lugares de inscripción de las “excepciones culturales”, pese a la presión homologante de la globalización” (Giménez, 2000:90).

El territorio en términos conceptuales básicos es conceptualizado como una parte de la superficie terrestre habitada por personas, sin embargo, en esta tesis es entendido como espacio valorizado y apropiado por un conjunto de personas, en donde interviene un simbolismo y carga de significado (Valera, 1993; Giménez, 2000; Gustafson, 2001) y que se materializa a través de diferentes relaciones espacio-temporales, producto derivado del hombre, se construye a través de una delimitación gráfica, sin embargo, tiene connotaciones socio-culturales al momento de ser definido.

Aunque pareciera que el mundo se desterritorializa, la realidad en el caso vallartense es que se ha (re)territorializado con nuevas coordenadas de operación respecto a la diversidad sexual a través del segmento turístico LGBT o turismo LGBT que se materializa con la influencia de un mercado global a través de organizaciones internacionales como la Organización Mundial de Turismo (UNWTO) y la Asociación Internacional de Viajes de Gays y Lesbianas (ILGTA) quienes refieren el turismo LGBT como el “desarrollo y mercadeo de productos y servicios turísticos para lesbianas, gays, bisexuales y transexuales” (OMT, 2017: 14), en la búsqueda por atender de manera especializada a estos grupos diversos y en algunos casos pensando en el “consumidor LGBT se sentirá bienvenido y respetado al visitar los destinos turísticos y/o consumiendo los productos y servicios que les ofrecen” (OMT, 2017: 14).

---

<sup>89</sup> Entendida como “fenómeno sui generis que conlleva un cambio cualitativo de los dispositivos mundiales de poder” (Castro-Gómez, 2000).

Esta (re)territorialización de la zona romántica que si bien tiene su base reciente en los términos del mercado global, ha dejado de lado en el caso vallartense, elementos multiculturales que también se han entretajido con la visita y residencia de estadounidenses y canadienses que junto con residentes y turistas mexicanos permiten trabajar la noción de configuración y apropiación de espacios a los que dotan de sentidos a través de sus prácticas mediados por las relaciones de poder con otros actores locales como asociaciones de empresarios, asociaciones de orden civil y el gobierno municipal de Puerto Vallarta.

Los espacios en el territorio vallartense como la playa de Los Muertos, la zona romántica y recientemente Amapas, son lugares que se han reinventado dotando de nueva vida al espacio, este territorio ha pasado de ser un lugar abandonado a su suerte y que iba en decadencia durante la década de 1980, transformándola ahora en lugar que durante el día se convierte en espacio de recreación con libertades culturales, específicamente de orden socio-sexual en la comunidad diversa y, en las noches se llena de actividades de esparcimiento y diversión en cafés, bares, discotecas, restaurantes, pero también de actividades culturales como danza, obras de teatro, grupos musicales, muestras de pinturas, esculturas, entre otras; convivencia de familias y amigos que estaban desdibujados de un espacio marginado y olvidado.

Sin embargo, derivado de que la (re)territorialización, entendida como un espacio territorial específico en el cual se generan sentidos y apropiación del espacio, se cae en la discusión de lo que denomino gueto invisible: un espacio geográfico delimitado físicamente y socioculturalmente, en el cual se permiten prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas de la comunidad LGBT+, en donde se visibilizan mayormente la comunidad gay pero que al mismo tiempo que permite e incluso se facilita el desarrollo de estas prácticas, también se constriñen a espacios en particular como la zona romántica, provocando afectos y pertenencias o lo que Bourdieu (2015) denominaría “amor del gueto” pero al mismo tiempo generando violencia simbólica en la vida cotidiana y recreación de los “otros” (comunidad LGBT+).

Quando las personas entran en una categoría homosexual, dentro de una sociedad heteronormativa, se genera estigma, discriminación y violencia simbólica y física (Bourdieu, 2015)

La guetización como “amor del gueto” que describe Bourdieu (2015), es una propuesta más que sustento, para analizar el territorio y las prácticas sociales que se realizan en él pues es a través de ese espacio delimitado geo-espacialmente, que los individuos deciden vivirlo, de manera forzada o libre, y que no deja de ser un gueto; a lo que Bourdieu reacciona preguntando: “¿Cómo, en términos más realistas, es decir, más políticos, se puede evitar que las conquistas del movimiento no acaben en una forma de *guetización*?” (Bourdieu, 2015).

En este sentido, es conveniente revisar que el gueto tiene sus orígenes en Venecia, durante 1516 cuando se tuvo una llegada masiva de judíos deportados de España que incrementó su cantidad Italia, a lo que el senado veneciano respondió creando el *gueto nuovo*, en el cual confinaría a todos los judíos, dándoles el derecho de relacionarse fuera del gueto durante el día (con el fin de obtener sus recursos económicos, pues la mayoría poseía cantidades de dinero considerables), pero obligándolos a retornar a la isla cerrada durante la noche y encerrarlos para evitar incluso contactos sexuales con la gente cristiana, al otro lado de las puertas posteriormente, su significado y uso fue adaptándose al espacio-temporal de cada época, pasó por el periodo Nazi y continúa hasta nuestros días, bajo la premisa de concentrar población socialmente excluida en un espacio determinado.

Situación que se refleja con el segmento turístico LGBT en Puerto Vallarta en forma simbólica, es decir, no se les encierra para evitar el contagio o contacto, pero se les sugiere permanecer en la zona romántica para que no “sufran de discriminación y/o violencia”, sin considerar, que al aislarlos y proporcionar seguridad específica en la zona también es violencia.

El sociólogo francés Loïc Wacquant es quien acuña la construcción sociológica del gueto, proponiendo dos propósitos y cuatro elementos que lo constituyen:

El gueto es un instrumento sociorganizacional que emplea el espacio para reconciliar dos propósitos antinómicos: maximizar las ganancias materiales extraídas de un grupo considerado mancillado y mancillante, y minimizar el contacto íntimo con sus miembros para alejar la amenaza de la corrosión y el contagio simbólico que llevan consigo... los cuatro elementos constitutivos del gueto son: estigma, restricción, confinamiento espacial y encasillamiento institucional (Wacquant, 2004:2).

A la luz de la propuesta por Wacquant (2004), se logra descifrar que los cuatro elementos constitutivos que él propone, están claramente identificables en el destino



vallartense *LGBT friendly*, lo interesante de la propuesta, radica justamente en visualizar las dos caras del gueto, como arma y como escudo.

Como instrumento socio-organizacional el gueto simbólico, estará obteniendo las ganancias económicas de la comunidad LGBT+, que, si bien se considera un grupo mancillado o discriminado en términos más concretos, también se considera un grupo de (a)normalidad que debe ser tratado especialmente y se debe de separar para lo que Wacquant definía como contagio simbólico, es decir, evitar que en términos de sexualidad exista un control. Es importante aclarar que, la comunidad LGBT+ se le reconoce en los últimos años como una comunidad que genera mayores ingresos económicos y por tanto, mayor derrama económica, lo cual es cierto parcialmente, en el caso Vallartense, la mayor derrama económica proviene en mayor cantidad de los turistas LGBT+ extranjeros (Estados Unidos y Canadá principalmente) sin dejar de lado los turistas LGBT+ mexicanos con poder económico para realizarlo, pero la realidad es que no todos los miembros LGBT+ (turistas y residentes) que disfrutan del territorio, poseen del capital económico que generalmente les atribuyen.

Puede pensarse en cuatro elementos que configuran la zona romántica en un gueto simbólico: estigma, restricción, confinamiento espacial y encasillamiento institucional (Wacquant, 2004); a) la estigma principalmente que genera la orientación sexual de la comunidad LGBT+ y sus prácticas sociales que se encasillan en términos de sexualidad y depravación; b) la restricción en tanto a prácticas sociales permitidas en el espacio (gueto) y fuera de él, es decir, pasando el río Cuale, hacia la ciudad hay prácticas que no “se castigarán” legalmente pero culturalmente serán poco o nulamente aceptadas; c) confinamiento espacial, el cual se derivaría en la zona romántica y de Amapas, así como en la parte final de la playa de Los Muertos y d) el encasillamiento institucional al nombrar a la comunidad LGBT como lo opuesto a lo heterosexual, incluso bajo características orientación sexual y/o de identidad de género en donde la estructura dominante, aquella que ha impuesto e institucionalizado las normas, prácticas y discursos procura mantener el orden, lo cual no ha impedido que se generen resistencias contra dicho modelo: movimientos gays, lgbt, lgbtti, queer, entre otros; colectivos que han logrado reaccionar y establecer estrategias que les ha permitido resistir, pues lo que buscan son espacios de libertad, espacios para ser ellos mismos, sin tener que

acudir al modelo heteronormativo para poder interactuar, sin embargo, se debe repensar si esos cambios logrados, no caen en retroceso al aceptar formas segregadas e invisibles de marginación social, como los guetos.

Es útil pensar en el gueto y el conglomerado étnico como dos configuraciones ideotípicas situadas en extremos opuestos de un continuo a lo largo del cual diferentes grupos se pueden ubicar o viajar con el tiempo dependiendo de la intensidad con la que las fuerzas del estigma, la restricción, el confinamiento espacial y la duplicación y lo completo de sus instituciones se combinan y los afectan... Puede ser atenuada hasta el punto en que, a través de la gradual erosión de sus fronteras espaciales, sociales y mentales, el gueto se convierta en una concentración étnica electiva que opere como un trampolín para la integración estructural y la asimilación cultural en la formación social más amplia (Wacquant, 2004:5).

La propuesta de Wacquant, es potente para (re)pensar el sentido de apropiación/delimitación de un territorio como la *zona romántica* de Puerto Vallarta, que parece estar dibujada para que un grupo minoritario lleve a cabo prácticas sociales turísticas sin que provoquen un (des)orden heteronormado en los demás espacios de la ciudad, al (re)pensar la organización de la sociedad en términos de lo heterosexual y comunidad diversa, pero que al mismo tiempo puede ser el primer paso o “puente” que permita construir otras formas de integrar y naturalizar las prácticas de la comunidad LGBT y lograr una asimilación cultural que permita visibilizarla y al mismo tiempo ir eliminando la sedimentación cultural de odio, discriminación o pensamiento de anormalidad cuando se trata de pensar en la comunidad lésbica, gay, bisexual, trans, mejor denominada como diversidad sexual.

## CONCLUSIONES

---

### **Configuración de espacios turísticos *gay friendly*: prácticas, territorios y relaciones de poder.**

Este último apartado tiene la finalidad de presentar los principales hallazgos encontrados en la investigación, así como las conclusiones a las que llega el autor, las cuales se derivan de una hipótesis de trabajo que permitió analizar la pregunta rectora de la investigación y señalar la contribución que se hace a las ciencias sociales y particularmente al campo de estudio del turismo. Las conclusiones se presentan en tres apartados: sobre el espacio turístico construido, los actores en red y sus prácticas; sobre el abordaje interdisciplinar del objeto; sobre las indagaciones futuras.

La investigación que sustenta esta tesis se centró en el estudio del espacio turístico de Puerto Vallarta, Jalisco, México, para describir cómo es el proceso de configuración de un territorio en espacio turístico amigable con la diversidad sexual (particularmente con la población gay, denominado así, *gay friendly*). Para ello, se analizaron las diferentes prácticas sociales que se sostienen en el espacio (prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas) y la forma en que diversos actores entran en relación durante el proceso de configuración del espacio turístico.

El análisis fue posibilitado a la luz de un marco teórico construido en cuatro ejes: configuración y apropiación de espacios; las estructuras y los agentes presentes en el proceso, las prácticas sociales y el poder -anclado en la clase social y los capitales de los actores- presente en las relaciones sociales en red.

#### **Sobre el espacio turístico construido, los actores en red y sus prácticas.**

El trabajo con este andamiaje teórico permite afirmar, ya desde ahora, que el espacio turístico es construido y configurado por una serie de relaciones e interacciones entre diversos actores que desarrollan prácticas materiales y simbólicas mediadas por la política, la economía y la cultura inscrita en el territorio. El espacio turístico, puede entenderse entonces, como resultado del proceso de valorización y apropiación de un espacio

determinado, por parte de ciertos actores, y que sucede en dos vertientes: 1) el uso y la explotación del territorio y 2) la sedimentación de elementos culturales y simbólicos, visibles en prácticas y apropiación de espacios.

Así, el espacio turístico es utilizado y explotado, en tanto superficie terrestre, acuática y aérea, básicamente por tres aspectos centrales: en primer lugar, al delimitarse por su ubicación geográfica en el mapa; en segundo lugar, por la geografía urbana trazada en el territorio con el paso de los años y, en tercer lugar, por un trazo cultural que se deriva de elementos simbólicos y culturales del territorio que enmarcan las prácticas sociales a realizar en ellos.

El trazo del mapa urbano de los espacios turísticos, genera una delimitación que define el tipo de actividades a realizar en él; esta configuración territorial está dada tanto por elementos de orden natural (tierra), como por elementos de orden social y cultural. Los elementos naturales del trazo del mapa territorial serían por ejemplo la existencia de playa, montañas, cauces de ríos, creación de espacios públicos -como plazas, malecones, miradores turísticos, entre otros-, que permite la realización de prácticas determinadas en ese trazo espacial. Los elementos de orden social y cultural intervienen en la (re)valorización y (re)apropiación del espacio, dada la sedimentación de la cultura y elementos simbólicos en el territorio, las prácticas culturales que se llevan a cabo en él -como serían las festividades relacionadas con la religión, la muerte, la fiesta-, comportamientos, formas de vestir e incluso formas de interactuar, todo ello forma parte de la cultura que se expresa en los espacios turísticos y que se relacionan con las identidades que los integran.

Si bien se afirma que los espacios turísticos se configuran tomando como base su delimitación geográfica y cultural, éstos se (re)configuran a partir del contacto y la interacción entre diversas identidades (étnicas, sexuales, religiosas) y culturas, lo cual permite generar quiebres y goznes que posibilitan el intercambio de elementos simbólicos y culturales entre sujetos, lo cual permite a residentes y turistas generar sentimientos de apego y pertenencia al espacio turístico.

Este encuentro de identidades y culturas en el espacio turístico, produce, al menos, dos efectos: 1) una amalgama o gozne que posibilita un territorio que incluye prácticas

sociales, atractivos y/o productos turísticos que forman parte natural del entorno en la vida cotidiana y 2) una insularidad o gueto social que incluiría esas mismas prácticas sociales, atractivos y/o productos turísticos de forma aislada (geográficamente o simbólicamente) al entorno social.

En primer lugar se puede afirmar entonces que un territorio, convertido en un espacio turístico, es producto de un proceso de encuentros de identidades y culturas cuyas prácticas sociales -de los actores- podrían o no diferir de lo que se ha realizado en el territorio a lo largo del tiempo, y que su pertenencia o adopción, deriva de un proceso de aceptación y legitimación por parte de un colectivo social (propio del territorio).

En la referencia empírica considerada , el espacio turístico se enmarcó en una parte del destino turístico denominado Puerto Vallarta que ha sido enclave de encuentros multiculturales, particularmente con turistas provenientes de Estados Unidos y Canadá en un contexto socio-histórico que permitió legitimar prácticas sociales de la comunidad LGBT+, que si bien podríamos afirmar que éstas no difieren sustancialmente de las prácticas de la comunidad heterosexual, han sido restringidas en México y el mundo por razones de índole cultural, religiosa y legal.

Podemos afirmar entonces que la configuración de un espacio turístico, amigable con la diversidad sexual, ha modificado las coordenadas espacio-temporales a través de prácticas sociales que realizan los turistas LGBT+, y también otros actores que en red las posibilitan, y así colaboran con discursos y acciones en la construcción de un sentido social de respeto e inclusión de la diversidad sexual en un territorio en el que cotidianamente conviven residentes y turistas. Esta configuración del territorio abre la posibilidad de existencia a prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas de la comunidad LGBT+; es resultado de un proceso de negociación interno, es decir, un proceso que involucra a los residentes en tanto actores (gobierno, empresarios, asociaciones civiles) y a los turistas en tanto actores externos, y los pone en relación con organismos internacionales que inciden en políticas públicas de México, con comunidades de turistas que se han pronunciado a lo largo de la historia del espacio turístico y, con el gobierno estatal y nacional en México.

Es importante enfatizar que un espacio turístico, en tanto espacio configurado, no se asimila en su totalidad al destino turístico; es más una delimitación parcial de su territorio, la clave se encuentra en el sentido de valorización, pertenencia y (re)significación de la comunidad residente y visitante con respecto a las prácticas que se llevan a cabo en el mismo, es decir, un espacio turístico formaría parte del destino turístico junto con otros espacios turísticos configurados y apropiados por los sujetos que lo viven y (re) configuran.

Esa (re)significación del espacio concreto, como espacio abierto a prácticas turísticas de la población de la diversidad sexual, se alimenta de un proceso de construcción intersubjetiva que alimenta a su vez, un sentimiento de apego hacia un espacio concreto con el cual los actores mantienen un vínculo afectivo que contiene una fuerte carga simbólica y un contexto en el cual sus prácticas sociales son respetadas y; sus interacciones con la comunidad receptora (residentes) posibilitan un involucramiento sociocultural que permite la adhesión compartida, lo que Giménez (2000) denominaría como complejo simbólico-cultural de una colectividad en el territorio.

El proceso de incorporación de las prácticas sociales inherentes al turismo en el territorio puede configurar un espacio turístico aislado, lo que puede denominarse espacio turístico insular o espacio turístico guetificado. En sintonía con el pensamiento de Wacquant (2004), quien definió el gueto como un instrumento sociorganizacional que, por un lado, puede ser empleado para maximizar ganancias materiales de un grupo mancillado y, por el otro, minimizar el contacto con sus miembros y así alejar la amenaza de una corrosión (contaminación hacia la sociedad), estaríamos entonces frente a la configuración paradójica de un espacio turístico delimitado por una ideología y no por una ubicación geográfica particular.

Si bien, no se puede sostener con los datos empíricos analizados en esta tesis que, el caso estudiado sea un gueto construido por políticas públicas o por consentimiento social de sus residentes y turistas, sí se puede sostener la idea de que este espacio turístico puede ser resultado de un proceso de aislamiento o guetización que permite habilitar y desarrollar ciertas prácticas que en otros espacios del territorio -destino turístico- no son habilitadas ni legitimadas. La evidencia empírica exhibe únicamente la existencia de ocho destinos

turísticos en México que se promueven como destinos amigables con la comunidad LGBT+, sin embargo, se configuran como territorios específicos que habilitan y legitiman prácticas concretas asociadas a la diversidad sexual, vinculándolas con productos turísticos específicos.

A partir de lo anteriormente planteado y como resultado de la investigación, podemos sostener que “el amor al gueto”, del que habla Bourdieu (1998), convierte y permite la apropiación del territorio para que la población goce de un marco de respeto a sus identidades, subjetividades y prácticas de turistas y residentes, circunscritos a territorios específicos. Este “amor al gueto” se alimenta tanto de la experiencia limitante que los turistas reportan en sus lugares de origen, como de la experiencia placentera de libre actuación reportada en estos espacios turísticos respetuosos de las identidades diversas.

Ese espacio turístico denominado como gueto simbólico o insularidad, es resultado de permitir con el paso de los años que una porción geográfica sea habitada, visitada y reconstruida por actores que han sido discriminados por su orientación sexual, por su género, por su pertenencia a alguna etnia o por su origen social; el gueto simbólico confina de forma inicial a sus habitantes, a ciertas coordenadas geográficas. Este espacio turístico puede con el paso del tiempo fracturar las fronteras (espaciales y sociales-culturales) y vincularse con el resto del territorio turístico -destino turístico- abriendo así la posibilidad a una integración cultural y estructural más amplia.

Si bien geográficamente el espacio turístico puede (o no) estar marcado, delimitado y separado con fronteras físicas, esta investigación permitió visibilizar que regularmente, no existe impedimento físico o legal para transitar de un espacio turístico amigable con la diversidad sexual, hacia el resto del territorio; existen fronteras que pueden ser simbólicas - en el caso de Puerto Vallarta esta frontera sería el cruce del río Cuale hacia la zona romántica- que si bien no tienen marcas físicas territoriales, contienen una fuerza restrictiva y delimitativa importante.

Así como los guetos se construyen, es importante señalar que éstos también pueden estrecharse o incluso, eliminarse. El estrechamiento o la desaparición de un gueto turístico o insularidad turística, será resultado de la lucha de poderes de actores que buscan negociar

las reglas, recursos y sus relaciones, para (re)codificar el sistema social al que están circunscritos. Es decir, el orden social (en el caso empírico presentado hablamos de un orden socio-sexual) se reproduce en ese espacio, y al mismo tiempo, de forma paralela, a través de nuevas políticas, reglamentos y discursos que abogan por incorporar elementos de cambio y transformación a ese orden socio-sexual, se generan condiciones que habilitan el territorio como un espacio turístico con características diferenciadas.

Estos espacios turísticos con características diferenciadas derivan de los discursos de los diferentes actores relacionados en una red que mantiene en tensión aquellos discursos que presionan a las instituciones políticas y económicas para que legitimen la realización de determinadas prácticas -diversas- en el territorio, y aquellos que luchan por mantener un orden socio-sexual que no reconoce las prácticas de la diversidad sexual como legítimas.

En el caso mexicano, los destinos turísticos amigables con la comunidad LGBT+, propuestos en el sexenio del presidente Peña Nieto (2012-2018), fueron acordados y definidos a través de un proceso de diálogo entre diversos actores, como la comunidad empresarial, las instituciones gubernamentales en sus distintos órdenes de gobierno, así como los prestadores de servicios turísticos; en muy pocos casos, se incorporaron a las comunidades receptoras. El Estado se dio a la tarea de reunir a los diversos actores y llegaron a acuerdos para establecer certificaciones, atractivos y productos turísticos que pudieran satisfacer la “demanda” de la comunidad LGBT+ de México y el mundo.

Esta forma de llegar a un consenso respecto a los destinos turísticos, es una forma de hacer política con base en un modelo de economía capitalista que permitiría una mayor generación de derrama económica, sin embargo, poco atiende el proceso intercultural de los espacios turísticos y sus consecuentes implicaciones para la (re) codificación de las prácticas de los residentes y de la población turística.

En el caso específico de Puerto Vallarta, este diálogo para el consenso reconoció que el destino turístico representaba un espacio que se había ido reconfigurando con el paso de las décadas en un territorio valorado, resignificado y apropiado por la comunidad LGBT+. Si bien este espacio turístico fue evolucionando hacia la aceptación de la diversidad sexual, las



políticas públicas federales, estatales y municipales implementadas (desde 2015) incidieron en una mayor visibilización y aceptación de la comunidad diversa.

Las prácticas turísticas entendidas como prácticas sociales logran (re)configurar social, cultural y económicamente los espacios turísticos desde otras aristas, la habilitación y posibilidad de practicar el espacio de forma distinta a lo habitual o tradicional, permite el encuentro de nuevas formas e ideas para reconstruir y apropiarse de un espacio, logrando con ello transformaciones socioculturales en el espacio turístico receptor así como en los turistas y residentes que lo habitan y reconocen como propio.

Con el paso de los años el turismo que se realiza en estos territorios, respetuosos de la diversidad sexual, se ha incrementado; el acortamiento de distancias por nuevas infraestructuras carreteras, la competencia en la industria aérea, hotelera y de otros servicios turísticos, así como la necesidad de las personas y las poblaciones de salir de sus actividades cotidianas, han hecho que el fenómeno tome cada vez más fuerza para las sociedades y desde luego para las economías conectadas con la actividad turística.

Esta actividad turística visibiliza la existencia de nuevas prácticas sociales en los espacios turísticos concretos, que no son exclusivas de los turistas, como por ejemplo, el activismo para el reconocimiento de derechos, la creación de asociaciones empresariales en la búsqueda de crear nueva infraestructura especializada, el apoyo de instituciones de gobierno que buscan garantizar derechos a sus ciudadanos. Cada uno de los actores que interviene en el fenómeno del turismo lleva a cabo prácticas que inciden y moldean el espacio. Las prácticas de cada actor están ancladas en el conjunto de capitales que cada actor social posee y que pone en juego en las relaciones de poder generadas en y por el espacio turístico.

En los diversos espacios vocacionados al turismo de forma natural o planeada, intervienen diferentes actores que generan relaciones y redes con intereses específicos. Cada uno de esos actores posee capitales económicos, culturales, simbólicos y sociales diferenciados que pone en juego para influir, en mayor o menor medida -dependiendo del volumen de la suma de sus capitales-, en los procesos de decisión que llevan a cabo los demás actores que pertenecen a su red, con el fin de verse favorecidos en sus intereses o voluntades.

Ese juego o capacidad de relacionarse con la suma de capitales, es el poder que en muchas ocasiones no es posible visibilizarlo directamente, pero que finalmente es lo que interviene con mayor o menor peso, en su configuración.

Todos los espacios turísticos en México son influenciados en su configuración en mayor o menor medida por los siguientes actores: turistas, residentes (receptores), gobierno (instituciones gubernamentales nacionales, estatales y municipales), empresarios (comunidad empresarial) y asociaciones de orden civil, que persiguen objetivos específicos relacionados con la actividad turística del espacio.

El poder que ostenta cada uno de los actores en las relaciones, permite construir significados sobre el valor y la definición de los espacios turísticos. Las prácticas que en ellos se desarrollan y el rol que juega cada actor en la toma de decisiones para (re)configurar los espacios, es de vital importancia para definir los destinos turísticos. Esta reconfiguración, a su vez, influye en el ordenamiento social del territorio.

En cada espacio turístico se pueden generar más de una red de actores que persiguen objetivos en común e incluso los actores pueden participar en más de una red, debido a que las redes suelen ser flexibles y autoconfigurables dependiendo del contexto en el que surgen e influyen. Se puede afirmar que incluso las redes que se generan en los destinos turísticos mantienen diferentes grados de conectividad, es decir, el intercambio de ideas, favores, influencias y resultados de la red dependerá de los lazos económicos entre sus miembros, la cercanía que puedan tener en el espacio físico-virtual para mantener el contacto, la posibilidad de establecer relaciones fuera de las redes existentes y la posibilidad de que sus miembros presenten movilidad espacial y social como resultado de los lazos estrechados.

En otras palabras, las redes en tanto relaciones de poder en el campo del turismo servirán para generar vínculos comunicativos para el logro de objetivos comunes, y también servirá para posicionar o imponer ideas que configurarán el destino turístico. El peso de los actores también está influenciado por las clases sociales, entendidas desde Solís (2012), como la movilidad social en tanto a las profesiones de los actores, sus ingresos y la desigualdad proveniente de sus orígenes sociales, es decir, además del volumen y las características de sus capitales (Bourdieu, 1998; Portes, 2013) se le sumará la posibilidad

que cada actor tenga de desplazarse socialmente (Bourdieu 1984; Solís, 2012) dentro de las redes de poder que influyen en la configuración de los espacios turísticos.

Este modelo de relaciones en red en el campo del turismo, ha encontrado un terreno fértil de actuación, en tanto el Estado, como institución legitimadora de prácticas, permite que diferentes actores incidan en toma de decisión e implementación de políticas públicas. En la referencia empírica de esta investigación, encontramos que son los empresarios quienes con sus capitales han logrado incidir con mayor fuerza y capacidad en las decisiones que se toman con respecto al espacio turístico *gay friendly* en Puerto Vallarta; esto no significa que sean ellos los únicos actores sociales tomadores de decisiones, o que sean los únicos que tengan el poder -económico- para hacerlo, pero sí evidencia que el poder que los diferentes actores ponen en juego es asimétrico y desigual, por lo que se puede afirmar que la influencia en las decisiones resulta desequilibrada, resultado de los capitales con los que participa cada actor en este proceso.

La dinámica de las redes de poder al interior del campo del turismo proviene del acto de sumar capitales para ejercer mayor presión y alcanzar los objetivos perseguidos por cada actor de manera legítima, y del uso de múltiples mecanismos, (marchas, denuncias y/o acuerdos gestionados previamente -cabildo-) para alcanzarlos. Si bien estos mecanismos no son excluyentes entre sí, cabe hacer mención que los acuerdos que se se logran en cabildo, es decir, en reunión de la mayoría de los actores -incluyendo a las instituciones gubernamentales-, son los que logran verse materializados más rápidamente en acciones y políticas públicas que impactan en la configuración de los espacios turísticos.

En el caso de Puerto Vallarta, se analizó cómo a través de cabildeos entre empresarios, asociaciones y gobierno municipal, se han logrado acuerdos como la aceptación del matrimonio igualitario en el municipio vallartense, un reglamento que evita la discriminación e incluso alianzas internacionales con otras ciudades referentes para la comunidad LGBT+, como es el caso de San Francisco. Todos los acuerdos buscan favorecer los derechos y afluencia de la comunidad LGBT+ al espacio turístico configurado como *gay friendly* en Puerto Vallarta.

Otro elemento que evidencia los hallazgos de esta investigación es la visibilización de las formas de participación de los empresarios y activistas (organizados en asociaciones civiles) que inciden el espacio turístico *gay friendly*; una participación diferenciada sea porque se reconocen (identidad) como parte de la comunidad LGBT+ al ser integrantes de la denominada diversidad sexual o bien, reconociéndose como actores heterosexuales que manifiestan respeto por la población LGBT+ y sus derechos, y valoran la libertad y los derechos humanos de una comunidad que ha sido vulnerada por décadas en Puerto Vallarta y en el mundo entero.

Interesa plantear aquí una cuestión relativa a la tendencia nacional a denominar los espacios turísticos amigables con la diversidad sexual, como *LGBT friendly*, ya que esto parece denota al menos dos situaciones importantes a cuestionar:

1) La primera, relativa a la dificultad que aún está presente en los tomadores de decisiones en este ámbito de los espacios turísticos *LGBT friendly*, para comprender que la comunidad LGBT+ es diversa en sí misma; que cada grupo que integra la denominada diversidad sexual, tiene, en relación con su identidad y prácticas turísticas, necesidades y expectativas diferentes. El hecho de colocar a “todos los otros” (es decir, a todos los integrantes de la comunidad LGBT+) en un mismo compartimento sin reconocer las diferencias al interior, muestra la corta mirada y el elevado desconocimiento de la diversidad existente dentro de la diversidad.

2) La evidente necesidad de reconocer que el cambio y la reconfiguración de espacios turísticos de este tipo -espacios turísticos “amigables”-, exige un cambio de orden cultural de la comunidad residente, orientado a la asimilación del fenómeno del turismo y a la dilución de la sedimentación cultural que impide la aceptación de esos “otros”, diferenciados del resto de la población sólo por su orientación sexual o expresión de género.

En el ámbito internacional, organismos no gubernamentales como la Organización Mundial del Turismo (OMT), muestran los resultados económicos y legales derivados de lo que se ha denominado turismo LGBT, sin embargo, pocos son los avances analizados y

mostrados en términos culturales derivados del turismo que realiza la comunidad LGBT+ en los destinos turísticos que se especializan en este mercado.

La mayoría de los espacios turísticos amigables con la comunidad LGBT+ en el mundo mantienen fronteras geográficas y simbólicas que han logrado ir desdibujando, en el mejor de los casos, sin llegar a eliminarlas. En el caso mexicano, Puerto Vallarta como destino y espacio turístico, destaca por la capacidad de sus diversos actores para impulsar un cambio, aunque de forma limitada y evolucionar a espacios que respetan los derechos humanos y legales de la comunidad LGBT+; en otros destinos turísticos *LGBT friendly* en México, únicamente se ofrece algún atractivo o producto turístico para la diversidad sexual sin garantizar el respeto a sus derechos humanos y legales. La excepción a esta situación es la Ciudad de México, precursora en estos términos, aunque su oferta y garantías sobre el reconocimiento de los derechos de la comunidad LGBT+ no ha derivado del turismo mismo, sino de su formación y desarrollo como metrópoli.

La evidencia empírica mostrada a lo largo de esta tesis permite destacar la posibilidad e influencia de cada uno de los actores que participan en las relaciones de poder, y especifica cómo cada actor social contribuye a canalizar alternativas de conformación de un espacio turístico que responde a las demandas sociales de la comunidad LGBT+, a la denominada “demanda del mercado” para crear espacios especializados para generar derrama económica, y a los acuerdos internacionales firmados por México en defensa de los Derechos Humanos.

Conviene enfatizar, una vez más, que la conformación de los destinos y los espacios turísticos no depende únicamente de las demandas sociales sino del entramado de intereses que buscan todos los actores que promueven el turismo y la defensa de los Derechos Humanos; la injerencia de cada uno de ellos tendrá como base los capitales que cada actor logre colocar en el juego. Así, esta práctica tendrá como resultado los “nuevos” o reconfigurados territorios que se sumen al fenómeno del turismo.

### **Sobre el abordaje interdisciplinar del objeto.**

Resulta importante señalar, que los hallazgos y las conclusiones de esta tesis no hubieran sido posibles sin el proceso de construcción interdisciplinar que fue potenciado a lo largo de toda la investigación.

El diálogo interdisciplinario encontrado en la formación académica del doctorado permitió desarrollar un andamiaje teórico-metodológico cimentado en una perspectiva interdisciplinar, la cual potenció la generación y aportación del conocimiento desde una investigación que buscó interconectar campos diversos de saber (sociocultural, económico y político). El (des)encuentro con la disciplina del turismo y de disciplinas como la geografía, sociología, economía, política, entre otras, entendidas todas ellas como saberes fragmentados, dio como resultado la construcción de una plataforma teórico-metodológica que permitió comprender, aprehender y construir un objeto de estudio con rasgos más complejos.

La construcción metodológica fue mixta; ese debate entre lo cualitativo y lo cuantitativo, fue dejado de lado para complejizar el abordaje del objeto de estudio. La etnografía es para este estudio la base más importante como punto de mirada, método y técnica, es decir, al final de este proceso de investigación se puede sostener la idea que el estudio de los espacios turísticos se ve fortalecido y enriquecido con la complejidad que implica vivirlo, no sólo como turista, sino también como investigador-etnógrafo que busca en los archivos históricos y en las publicaciones de circulación cotidiana de la ciudad (investigación documental), que convive y participa (observación participante) de las festividades, de los problemas sociales e incluso de las alegrías, tristezas o preocupaciones de sus sujetos de estudio (subjetividad); que apuesta por analizar con ayuda de otros y del diálogo de los sujetos de estudio, en permanente reflexividad y vigilancia epistemológica.

Este método guió el diseño y la realización de entrevistas, posibilitó conversaciones, configuró los mapas de análisis de las redes de poder que se tejen en relación con el espacio turístico estudiado. También permitió articular al análisis datos económicos, así como la implementación en un software para visibilizar de forma cuantitativa la red de relaciones entre actores, y complementar el análisis.

Entender y comprender la realidad de los espacios turísticos a través de la etnografía es un proceso arduo que permite enmarcar el fenómeno en un contexto socio-histórico y político. Esta comprensión implica aprehender la realidad con datos estadísticos y construir una explicación científico-social del fenómeno del turismo, considerando las coordenadas espacio-temporales en las cuales se enmarca.

Desentrañar y proponer una explicación sólida del proceso de configuración del espacio turístico *gay friendly* en Puerto Vallarta, fue resultado de centrar la mirada en las dimensiones cultural, económica y política que constituyen la dinámica social del fenómeno, es decir, resultado de la articulación analítica de las prácticas sociales, la subjetividad, la cultura y el poder, con los elementos constitutivos y diferenciadores del desarrollo socioeconómico de la entidad donde se enmarca y ancla el fenómeno -Puerto Vallarta, México-, con la emergencia -y urgencia- de los Derechos Humanos y la implementación de políticas públicas acordes al marco internacional.

Quizá, una de las contribuciones de esta investigación social sobre los procesos de configuración de espacios turísticos, ha sido la construcción de un acercamiento teórico-metodológico interdisciplinar, de corte mayormente cualitativo, del turismo. Este marco propone y permite centrar la mirada en las subjetividades y en los imaginarios de los diferentes actores que intervienen en el fenómeno turístico al configurar territorios en espacios concretos y delimitados imbricados con el turismo.

### **Sobre las indagaciones futuras.**

La investigación sobre la configuración de un espacio turístico transformado socialmente por la capacidad de agencia de los sujetos que resisten en contra de un modelo que tiene como base la matriz heterosexual, ha permitido pensar en al menos dos posibilidades de indagación futura:

La apuesta por una comprensión más amplia de los procesos de configuración de espacios turísticos *gay friendly* -como el de Puerto Vallarta, México- a partir de estudios e indagaciones comparadas, que permitan colocar diversos y variados destinos y espacios turísticos nacionales e internacionales, para analizar y comparar particularmente las

prácticas y los escenarios de la comunidad LGBT+ en esos contextos de turismo, y las formas en que esas prácticas intervienen en la configuración diferenciada de espacios turísticos.

Continuar con el estudio de 'lo local' a través del tiempo, es decir, mantener seguimiento longitudinal de la implementación de las políticas públicas que promueven el turismo LGBT y las prácticas que ellas habilitan y legitiman, con el objeto de reconocer la actuación de los diversos actores involucrados en el proceso y en las diversas etapas de reconfiguración del espacio turístico *LGBT friendly*, así como los resultados de estas actuaciones en la configuración de espacios respetuosos de los Derechos Humanos de la diversidad sexual.



## FUENTES DE INFORMACIÓN

---

- Abric, J. (2001). *Prácticas sociales y representaciones*. Traducido por J. Dacosta. México: Ediciones Coyoacán-Ambassade de France.
- ACT LGBT AC. (6 de enero de 2017). ACT LGBT. Recuperado el 8 de enero de 2018, de ACT LGBT: [actlgbt.org](http://actlgbt.org)
- Affeld, D. (1975). Social aspects of the development of tourism. En U. Nations, *Planning and Development of the Tourist Industry in the ECE Region*. New York: United Nations.
- Agnew, J. (2006). Entre la geografía y las relaciones internacionales, *Tabula Rasa*, No.5 julio-diciembre: 85-98
- Almar Resort (18 de septiembre de 2018). Almar. Recuperado el 18 de Septiembre de 2018, de Sitio Web <https://almarresort.com/es>
- AIEST. (2015 de Octubre de 2015). AIEST. Recuperado el 2015 de Octubre de 2015, de Sitio Web AIEST: <http://www.aiest.org/topnavigation/home/>
- Alcántara, C. (27 de Octubre de 2014). El Financiero. Recuperado el 3 de Noviembre de 2015, de El Financiero: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/destinos-turisticos-mexicanos-desaprovechan-mercado-gay.html>
- Altman, D. (2001). *Global Sex*. Chicago, Illinois: University of Chicago Press.
- Altman, I., & Low, S. (1992). *Place attachment*. Nueva York: Plenum Press.
- Amat, P., & Ramón, F. (2004). *Curso de Sociología del Turismo y del Ocio*. Valencia: Tirant Lo Blanch.
- ANA. (19 de julio de 2017). Amapaspv. Recuperado el 19 de julio de 2017, de Amapaspv: <http://amapaspv.com>
- Archer, D., Shea, S., & Vane, R. (1974). *Tourism in Gwynedd: an economic Study*. Bangor: Institute of Economic Research, University of College of Wales.
- Arendt, H. (2001). "La condición humana", Paidós, Barcelona.
- Arendt, H. (2007). "Responsabilidad y juicio", Paidós, Barcelona.
- Arfuch, L. (comp)(2005) "Problemáticas de la identidad" en L. Arfuch (comp)(2005) *Identidad, sujetos y subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo.

- Ariza, M, & Velasco, L. (2012). *Métodos cualitativos y su aplicación empírica. Por los caminos de la investigación sobre migración internacional*. México, DF: IIS-UNAM/Colef.
- Arjona, F. (28 de Enero de 2018). Director SETAC. (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- Arroyo, L., & Amador, K. (2015). Turismo y trabajo sexual masculino en Cancún - México . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 982-992.
- Asamblea General de la ONU, Declaración Universal de los Derechos Humanos.
- Augé, M. (1996). El sentido de los otros. Paidós. Pp. 13-43 (I. ¿Quién es el otro?; II. Los otros y sus sentidos.) [1ª. Ed: 1994; 1ª. Ed. Castellano: 1996]
- Ayuntamiento de Puerto Vallarta. (15 de abril de 2018). Gobierno Municipal de Puerto Vallarta. Recuperado el 15 de abril de 2018, de Gobierno Municipal de Puerto Vallarta: <https://www.puertovallarta.gob.mx/2018-2021/>
- AzNoticias. (21 de Agosto de 2018). Hermanamiento de San Francisco y Puerto Vallarta quedará formalizado el 29 de septiembre. *AzNoticias*.
- AzNoticias. (21 de Mayo de 2019). 90 parejas gay y 77 de lesbianas se han casado en Puerto Vallarta desde 2016. *AzNoticias*.
- Banco de México. (2017) Compilación de informes trimestrales, correspondientes al año 2016. México: BANXICO.
- Bauman, Z. (2010) Identidad. Buenos Aires: Lozada.
- Benach, N. (2016). ¿Ciudades en el mapa o en la guía turística? Venta de la ciudad y sentidos del lugar. *CIDOB d'Afers Internacionals*, (113),89-105.
- Benasayag, M. y Del Rey, A. (2012). Elogio del Conflicto. Madrid: Tierra de Nadie Ediciones.
- Bensunsán, G. (2009). Estándares laborales y calidad de los empleos en América Latina. *Perfiles Latinoamericanos*, (34),13-49.
- Berger P. y Luckmann T. (1986). La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu.
- Berger P. y Luckmann T. (1997). Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno. Barcelona: Paidós.

- Blichfeldt, B. S., Chor, J., & Milan, N. B. (2013). Zoos, Sanctuaries and Turfs: Enactments and Uses of Gay Spaces during the Holidays. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 473-483.
- Blue Chairs (18 de septiembre de 2018). Blue chairs. Recuperado el 18 de Septiembre de 2018, de Sitio Web <http://www.bluechairsresort.com/site/>
- Bonnemaison, J. (1981). Voyage autour du territoire. *L'espace géographique*,(4). París: Belin.
- Boria, A. (2015) "Sujetos, identidades y teorías" en ESTUDIOS digital Espacio virtual de la Revista del Centro de Estudios Avanzados Universidad Nacional de Córdoba, N° 34 (Julio-Diciembre 2015) pp. 201-206.
- Borja, J. (2013). *Revolución urbana y derechos ciudadanos*. Madrid: Alianza.
- Bornmann, A. (1931). *The study of tourism*. Berlin, Germany: Ein Grundib.
- Bourdieu, P. (1976). La distinción. Madrid: Santillana.
- Bourdieu, P. (1984). Espacio social y génesis de las "clases", *Sociología y cultura* (281309). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes / Grijalbo.
- Bourdieu, P. (1988). La distinción. Crítica social del juicio,. Madrid: Altea Taurus/Alfaguara.
- Bourdieu, P. (1996). Espacio social y poder simbólico, en Bourdieu, P., *Cosas Dichas*. Gedisa, Barcelona, páginas 127 – 142.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas* Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2007). *El sentido práctico* Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2015). *La dominación masculina*. México: Anagrama
- Bourdieu, P & Wacquant, L. (1995). *Respuestas por una antropología reflexica*. México: Grijalbo.
- Bringas, N. L., & Gaxiola, R. (2015). Códigos encubiertos Prostitución de varones y turismo sexual en Tijuana, México . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 825-847.
- Bronfman, M. (2000). *Como se vive se muere*. Familia, redes sociales y muerte infantil. Cuernavaca: UNAM.
- Bruckner, P. (2003). "Miseria de la prosperidad. La religión del mercado y sus enemigos", Tusquets, Barcelona
- Bucley, R. (2004). *Environmental impacts of Ecotourism*. Wallingford: CABI Publishing.

- Burkart, A. & Medlik, S. (1981). *Tourism: past, present and future*. London: Heinemann.
- Buttler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the Subversion of identity*. London: Routledge.
- Cáceres, C. F., Nureña, C. R., & Gomero, A. (2015). a oferta de trabajo sexual masculino en el Perú Su interacción con las demandas del turismo internacional . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 924-942.
- Cammarata, E. (2006). El turismo como práctica social y su papeen la apropiación y consolidación del territorio. *América Latina: cidade, campo e turismo*.
- Cantu, L. (2002). De ambiente: queer tourism and shifting boundaries of Mexican male sexualities. *GLQ*, 8(1-2), 139-166.
- Castells, M. (2009) *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza editorial.
- Castro-Gómez, S. (2000). Ciencias sociales, violencia epistémica y el problema de la invención del otro. *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*.
- Clift, S. (1999). Gay men and tourism: Destination and holiday motivations. *Tourism Management* (20), 615-625.
- Clift, S., & Carter, S. (2000). *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion*. New York: Continuum imprint.
- Clift, S., & Forrest, S. (1999). Factors associated with gay men's sexual behaviour and risk on holiday. *AIDS Care*, 11(3), 281-295.
- Clift, S., & Simon, C. (2000). *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion*. En S. Clift, & S. Forrest, *Tourism and the sexual ecology of gay man* (págs. 179-199). London: Pinter.
- Cohen, E. (1972). Toward a Sociology of International Tourism. *Social Research*, 39, 164-182.
- Cohen, E. (1978). The impact of tourism on the physical enviroment. *Annals of Tourism Research*, 5, 215-237.
- Cohen, E. (1984). The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annual Review of Sociology*, 10, 373-392.
- Collignon, M. (2006). Pautas socio-históricas de la Sexualidad en México. *Jovenes en la mira. Revista de estudios juventudes*.

- Collignon, M. (2009) "Construcción social de la sexualidad y el SIDA en el México contemporáneo". En Renglones, revista arbitrada en ciencias sociales y humanidades, núm.60. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO.
- Collignon, M. (2011). Discursos sociales sobre la sexualidad: narrativas sobre la diversidad sexual y prácticas de resistencia. *Comunicación y Sociedad*(16), 133-160.
- Collignon, M., & Meza, I.(2013). Representaciones de la diversidad sexual. Imágenes y voces de la homosexualidad en la televisión mexicana. En Z. Rodríguez Morales, & T. (. Rodríguez Salazar, *Socialidades y afectos. Vida cotidiana, nuevas tecnologías y producciones mediáticas* (págs. 135-168). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- Coon, D. R. (2012). Sun, Sand, and Citizenship: The Marketing of Gay Tourism. *Journal of Homosexuality*, 59(4), 511-534.
- CONAPO. (2012), Índices de Intensidad Migratoria México -Estados Unidos. México.
- Consejo de Promoción Turística de México. (31 de Octubre de 2015). CPTM. Recuperado el 31 de Octubre de 2015, de Sitio Web Consejo de Promoción Turística de México: [www.cptm.com.mx](http://www.cptm.com.mx)
- CONAPRED. (2011). Encuesta Nacional sobre Discriminación en México. México: Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación.
- Cordero, D., Moreno, A., Kosmus, M., 2008. Manual para el desarrollo de mecanismos de pago/compensación por servicios ambientales. Equipo Regional de Competencia y Programa GESOREN, GTZ-Ecuador.
- Córdoba Plaza, R. (2015). Universos paralelos. Turismo sexual comercial entre hombres en el Puerto de Veracruz, México. . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 848-866.
- Cortés, F., Escobar, A. & González, M. (2008). Método Científico y Política Social: A propósito de las evaluaciones cualitativas de programas sociales. México: El Colegio de México.
- D'Emilio, J. (1983). Capitalism and Gay Identity. En *Powers of Desire. The Politics of Sexuality*. Nueva York: Monthly Review Press.
- Dávalos, A., & Sánchez, A. (9 de Febrero de 2018). Presidente Municipal de Puerto Vallarta. (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- Davis, M. (2004). Planet of Slums. *New Left Review* (25), 5- 34.

- Daw, T. M., C. Hicks, K. Brown, T. Chaigneau, F. Januchowski-Hartley, W. Cheung, S. Rosendo, B. Crona, S. Coulthard, C. Sandbrook, C. Perry, S. Bandeira, N. A. Muthiga, B. Schulte-Herbrüggen, J. Bosire, and T. R. McClanahan. (2016). Elasticity in ecosystem services: exploring the variable relationship between ecosystems and human well-being. *Ecology and Society* 21(2):11.
- De la Garza, E. (2001) "Subjetividad, cultura y estructura" en *Iztapalapa Revista de ciencias sociales y humanidades UAM-Iztapalapa*, Núm. 50. pp. 83-104
- De la Torre Padilla, Ó. (1997). *El turismo: fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- De Sousa Santos, B., (2009). *Una epistemología del sur. La reinención del conocimiento y la emancipación social*. Clacso – Siglo XXI, México.
- De Sousa Santos, B., (2014). *Si Dios fuese un activista de los derechos humanos*. Trotta, Madrid.
- Deleuze, G. (2008). *En medio de Spinoza*. Buenos Aires: Cactus.
- Descola, P. y Pálsson, G. (2001). *Naturaleza y sociedad: perspectivas antropológicas*. Introducción: pp. 11-33. Siglo xxi.
- Di Meo, G. (1998). *Géographie sociale et territoires*, París: Nathan.
- Diesing, P. (1972) *Patterns of Discovery in the Social Sciences*, Londres: Routledge & Kegan
- DOF. Programa Nacional de Desarrollo Urbano 2014-2018. Consultado en:
- Domínguez, P. (7 de Julio de 2017). Subdirectora de la Dirección General de Innovación del Producto Turístico. Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- Domínguez, M. (20 de Noviembre de 2017). Residente temporal. (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- El Tribunal de la Bahía. (20 de Abril de 2016). Triunfa el amor en la primera ceremonia de matrimonio igualitario en Vallarta. *El Tribunal de la Bahía*.
- Eroski Consumer. (2016). "Impacto ambiental de los edificios" [http://www.consumer.es/web/es/medio\\_ambiente/urbano/2005/10/20/146299.php](http://www.consumer.es/web/es/medio_ambiente/urbano/2005/10/20/146299.php) Consultado el 24 de septiembre de 2016

- Ersoy, G. K., Ozer, S., & Tuzunkan, D. (2012). Gay men and tourism: Gay Men's Tourism Perspectives and Expectations. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 41, 394-401.
- Escalona, F. (2011). La Visión convencional del Turismo según sus primeros codificadores. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo*, 3(8), 1-20.
- Faust, K. (2002). Las redes sociales en las ciencias sociales y en el comportamiento. En Gil & Schmidt, *Análisis de redes sociales. Aplicaciones en ciencias sociales*. (págs. 1-14). México: UNAM.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Fondo Monetario Internacional. FMI. (2009). *Manual de Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional*. Washington: FMI.
- Fondo Nacional de Fomento al Turismo. (31 de Octubre de 2017). FONATUR. Recuperado el 31 de Octubre de 2017, de Sitio Web FONATUR: [www.fonatur.gob.mx](http://www.fonatur.gob.mx)
- Foucault, M. (1977). *Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber*. Trans. Ulises Guñazú. Ciudad de Mexico: Siglo Veintiuno Editores.
- Foucault, M. (1979). *Microfísica del Poder*. (J. Varela, & F. Álvarez-Uría, Trads.) Madrid: Edissa.
- Foucault, M. (1988) "El sujeto y el poder" en *Revista Mexicana de Sociología*, Vol. 50, No. 3. (Jul. - Sep., 1988), pp. 3-20.
- Foucault, M. (1998), *Vigilar y Castigar. Nacimiento de la Prisión*. México, Siglo XXI.
- Foucault, M. (2001). *Los anormales*, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Fox, M. (1977). The social impact of Tourism: a challenge to researchers and planners. En B. a. Finney, *A New Kind of Sugar: Tourism in the Pacific* (págs. 27-48). Santa Cruz: Center for South Pacific Studies, University of California.
- Frente Nacional por la Familia. (17 de mayo de 2016). FNF. Recuperado el 2 de Octubre de 2016, de Sitio Web FNF: <http://frentenacional.mx/quienessomos/>
- García, M., & Marín, H. (2014). Creación y apropiación de espacios sociales en el turismo gay: Identidad, consumo y mercado en el Caribe mexicano . *Culturales*, época II, 2(1), 71-94.

- Garrocho, C. (2011). Población flotante, población en movimiento: conceptos clave y métodos de análisis exitosos. México. El Colegio Mexiquense.
- GayguideVallarta (18 de septiembre de 2018). GayguideVallarta. Recuperado el 18 de Septiembre de 2018, de Sitio Web <https://www.gayguidevallarta.com>
- Giddens, A. (1976). Política y sociología en Max Weber. Madrid: Alianza.
- Giddens, A. (2006). La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración. (J. L. Etcheverry, Trans.) . Buenos Aires:: Amorrortu Editores.
- Giddens, A. (2009). Sociología. Madrid: Alianza Editorial.
- Gil, A. Reseña de "Método Científico y Política Social: A propósito de las evaluaciones cualitativas de programas sociales" de Fernando Cortés, Agustín Escobar y Mercedes González de la Rocha, Estudios Sociológicos, vol. XXVII, núm. 81, septiembre-diciembre, 2009, pp. 1061-1070. El Colegio de México, México, 2009.
- Getz, D. (1992). *Festivals, Specials Events and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (1994). Event tourism: evaluating the impacts. En J. a. Ritchie, *Travel. Tourism and Hospitality Research: A handbook for Managers and Researchers*. New York: John Wiley & Sons.
- Giménez, G. (1995). "Modernización, cultura e identidad social" en ESPIRAL, Estudios sobre Estado y Sociedad, Vol. 1 No. 2, enero-abril 1995. CUSCH Universidad de Guadalajara: Guadalajara.
- Giménez, G. (1996). "Territorio y cultura". Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Época II, II (4), 9-30. México: Universidad de Colima.
- Giménez, G. (2000). Territorio, cultura e identidades. La región sociocultural. En J. e. Martín Barbero, Cultura e identidad (págs. 87-132). Bogotá, Colombia: CES, Universidad Nacional.
- Giménez, G. (2002). "Paradigmas de la identidad" en Aquiles Chihu Amparán Sociología de la identidad, México: UAM Ixtapalapa.
- Giménez, G. (2005). Territorio e identidad. Breve introducción a la geografía cultural Trayectorias, vol. VII, núm. 17, enero-abril, 2005, pp. 8-24 Universidad Autónoma de Nuevo León, Monterrey, Nuevo León, México



- Giménez, G. (2007). Estudios sobre la cultura y las identidades sociales. Guadalajara: ITESO.
- Goeldner, C. R., & R., B. R. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Gobierno de Jalisco. (2017). Enciclopedia de los municipios y Delegaciones de México. Recuperado el 31 de junio de 2017, de Sitio Web INAFED <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM14jalisco/municipios/14067a.html>
- Gobierno de Jalisco. (2018). Puerto Vallarta. Recuperado el 31 de agosto de 2018, de Sitio Web Gobierno de Jalisco <https://www.jalisco.gob.mx/es/jalisco/municipios/puerto-vallarta>
- Gómez Encarnación, J. (4 de Mayo de 2017). Cronista de la ciudad de Puerto Vallarta, Jalisco. (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- Gorman-Murray, A., Waitt, G., & Gibson, C. (2012). Chilling out in 'cosmopolitan country': Urban/rural hybridity and the construction of Daylesford as a 'lesbian and gay rural idyll'. *Journal of Rural Studies*, 28(1), 69-79.
- González Lomelí, R. (13 de Febrero de 2018). Secretario de Turismo de Puerto Vallarta. (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- González, F. (2012) "La subjetividad y su significación para el estudio de los procesos políticos: sujeto, sociedad y política" en Piedrahita Echandía, Díaz Gómez, Vommaro (Comps.)(2012) Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos. CLACSO. pp.11-30
- González, S. (2010). Plan de desarrollo municipal. Puerto Vallarta . Puerto Vallarta: Gobierno municipal. Recuperado el 30 de mayo de 2017, de Sitio Web: Ggobierno de Jalisco <https://seplan.app.jalisco.gob.mx/biblioteca/archivo/descargarArchivo/498>
- Graburn, N. H. (1983). The Anthropology of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 10(1).
- Gray, H. (1970). *International Travel: International Trade*. Lexington, Massachusetts: Heath Lexington Books.
- Grindr. (2018). About. Recuperado el 2 de mayo de 2018, de Sitio Web: <https://www.grindr.com/about/>

- Guaracino, J. (2007). *Gay and Lesbian Tourism: The Essential Guide for Marketing*. Amsterdam: Routledge.
- Guber, R. (2015). *Método, campo y reflexividad*. México: Siglo XXI Editores.
- Guerrero, P. (2002). *Guía etnográfica. Sistematización de datos sobre la diversidad y la diferencia de las culturas*. Quito, Ecuador: Ediciones Abya-Yala.
- Gustafson, P. (2001). Meanings of place: Everyday experience and theoretical conceptualizations. *Journal of Environmental Psychology* (21), 5-16.
- Hage, P. & Harary, F. (2002). ¿Qué es un hipercubo? Un código binario para las relaciones de parentesco. En Gil & Schmidt, *Análisis de redes sociales. Aplicaciones en ciencias sociales*. (págs. 15-22). México: UNAM.
- Hall, C. (1987). The effects of Hallmark events on cities. *Journal of Travel Research*, 46(2), 44-50.
- Hall, C. (1992). *Hallmark Tourist Events: Impacts Management and Planning*. London: Belhaven Press.
- Hall, C. (1992b). Sex Tourism in South East Asia. En D. Harrison, *Tourism and the Undeveloped Countries* (págs. 65-74). London: Belhaven.
- Hall, S. (1999). Identidad cultural y diáspora. En Castro Santiago, Millán Carmen. *Pensar los intersticios. Teoría y Práctica de la teoría poscolonial*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Hammersley, M. y Atkinson, P. (2001). *Etnografía: Métodos de Investigación*. Barcelona: Paidós.
- Hannigan, J. (1995). *Environmental sociology: A social constructionist perspective*. Taylor & Francis US.
- Hannigan, J. A. (1995). *Environmental sociology: A social constructionist perspective*. Taylor & Francis US.
- Hardt, M. y Negri, A. (2011). *Common wealth, el proyecto de una revolución del común*. Madrid, Akal.
- Harvey, D. (2008). El derecho a la ciudad. *New Left Review* (53), 23-39.

- Health and Human Rights Organization. (4 de Noviembre de 2015). Health and Human Rights Organization. Recuperado el 4 de Noviembre de 2015, de Sitio Web Health and Human Rights Organization: <http://www.hhri.org/es/about/>
- Helien A. y A. Pioto. (2012). *CuerpXs EquivocadXs*, Buenos Aires: Paidós.
- Heller, A. y F. Féher. (1995). *La biopolítica. La modernidad y la liberación del cuerpo*. Barcelona: Península.
- Henever, W. (27 de Octubre de 2017). Vicepresidente de ACT LGBT AC. (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- Hiernaux, D. (2008). El giro cultural y las nuevas interpretaciones geográficas del turismo. *GEOUSP - Espaço e Tempo, São Paulo*,(23), 177 - 187,
- Holcomb, B., & Luongo, M. (1996). Gay Tourism in the United States. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 711-713.
- Horowitz, J., & Newcomb, M. (2001). A multidimensional approach to homosexuality identity. *Journal of Homosexuality*, 42(2), 1-19.  
<http://www.puertovallarta.gob.mx/2015-2018/Gobierno/Ayuntamiento.php>
- Hughes, H. (1997). Holidays and Homosexual Identity. *Tourism Management*, 18(1), 3-7.
- Hughes, H. (2002). Gay men's holiday destination choice: a case of risk and avoidance. *International Journal of Tourism Research*, 4(4), 299-312.
- Hughes, H. (2006). *Pink Tourism: Holidays of Gay men and Lesbians*. London: CABI Publishing.
- Hughes, H., Monterrubio, J. C., & Miller, A. (2010). "Gay tourists and host community attitudes". *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 774-786.
- Human Rights Watch. (15 de agosto de 2016). Human Rights Watch. Recuperado el 15 de 08 de 2016, de Sitio Web de Human Rights Watch: <https://www.hrw.org/es/topic/lgbt-rights>
- Hunter, C., & Green, H. (1995). *Tourism and the Enviroment: A Sustainable Relationship*. London: Routledge.
- IATA. (31 de Octubre de 2015). International Air Transport Association. Recuperado el 31 de Octubre de 2015, de Sitio Web IATA: [www.iata.org](http://www.iata.org)

- Ibañez, J. (1991) El regreso del sujeto. México: Siglo XXI.
- IGLTA. (28 de Octubre de 2017). International Gay & Lesbian Travel Association. Recuperado el 10 de Diciembre de 2018, de Sitio Web <https://www.iglta.org/about-iglta/annual-reports/>
- ILGA. (30 de Noviembre de 2017). International Lesbian, Gay, Bisexual, Trans Association. Recuperado el 25 de Enero de 2018, de Sitio Web <https://ilga.org/es/informe-homofobia-estado>
- IIEG. (15 de agosto de 2015). Panorama sociodemográfico interactivo por municipio de JALISCO. Recuperado el 18 de Agosto de 2018, de IIEG: <https://iieg.gob.mx/contenido/ceieg/160622%20IIEG%20Servicios%20Informacion.pdf>
- INEGI. (2015). Encuesta Intercensal 2015. Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Recuperado el 20 de Octubre de 2017, de INEGI: <http://www.beta.inegi.org.mx/app/biblioteca/ficha.html?upc=702825082239>
- INEGI. (2016). Volumen y crecimiento. Población total según tamaño de localidad para cada entidad federativa, 2010. Recuperado el 24 de noviembre de 2016, de Sitio Web <http://www3.inegi.org.mx/400.html?aspxerrorpath=/sistemas/sisept/Default.aspx>
- INEGI. (2017). INEGI. Recuperado el 18 de Octubre de 2018, de INEGI: <https://www.inegi.org.mx/programas/intercensal/2015/>
- INEGI. (2017a). Empleo y Ocupación. Recuperado el 24 de noviembre de 2018, de Sitio Web <https://www.inegi.org.mx/temas/empleo/>
- Jafari, J. (1974). The Socioeconomic costs of tourism to developing countries. *Annals of Tourism Research*(1), 227-259.
- Jafari, j. (2005). El Turismo como disciplina científica. *Revista Política y Sociedad*, 42(1), 39-56.
- Jafari, J., & Pizam, A. (1996). Tourism Management. En M. Warner, *International Encyclopedia of Business and Management*. London: Routledge.
- Jiménez, L. (1986). *Teoría Turística: un enfoque integral del hecho social*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

- Kauffman, J. (2002). "La ropa sucia" en U. Beck (comp.) Hijos de la libertad. México: FCE.
- Kleiber D, Wilke M. (1993). Sexual behavior of German (sex) tourists. Berlin: Ninth International Conference on AIDS.
- King, K. y Verba. (1994). Designing Social Inquiry, New Jersey: Princeton University Press.
- Kornstanje, M. (2007). Aportes de los viajes a las Ciencias Sociales: un relevamiento bibliográfico para un análisis teórico. *Gestión Turística*(8).
- Kornstanje, M. (2008). Epistemología de la Palabra para las Ciencias del Turismo. *Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 19(3), 93-111.
- Kornstanje, M. (2009). Interpretando el Génesis del Descanso: una aproximación a los mitos y rituales del turismo. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(1), 99-103.
- Kornstanje, M. (2010). Formas elementales de la hospitalidad. *RBTUR, Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 4(2), 86-111.
- Kornstanje, M. (2012). ¿Qué es el turismo? Sociedad y sistema onírico. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 5(12), 1-34.
- Kornstanje, M., & Busby, G. (2010). Understanding the Bible as the roots of physical displacement: the origin of Tourism. *E-Review of Tourism Research*, 8(3), 95-111.
- Kuz, A., Falco, M. & Giandini, R. (2016). Análisis de redes sociales: un caso práctico. *Computación y Sistemas*, 20(1), 89-106.
- Lacaba Gutiérrez, J. J. (2004). Sitges (Catalunya) y el carnaval gay: el turismo. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 2(1), 111-124.
- Lanceros, P. (1996). Avatares del hombre. El pensamiento de Michel Foucault. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Lanzarini, R. (2015). Homoerotismo durante los viajes. El placer sexual entre hombres en espacios anónimos en Brasil y Portugal . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 943-962.
- Lefebvre, H. (1968). *El derecho a la ciudad*. Barcelona: Península.
- Lefebvre, H. (1976). Espacio y política: el derecho a la ciudad II. Barcelona: Ediciones Península.

- Levy, R. (2005). *Antisemitism: a historical encyclopedia of prejudice and persecution*. Santa Barbara: ABC Clio.
- Liddle, M. (1997). *Recreation Ecology: The Ecological Impact of Outdoor Recreation and Ecotourism*. London: Chapman & Hall.
- Lindberg, K., & Johnson, R. (1997). The economic values of tourism's social impacts. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 92-116.
- López López, Á., & Carmona Mares, R. (2008). Turismo sexual masculino-masculino. *Teoría y Praxis*, 5, 99-112.
- López López, Á., Gallegos Jiménez, O., & Quintero Venegas, G. J. (2015). Cuerpos de hombres en venta en ámbitos turísticos de la Ciudad de México. Una perspectiva espacial. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 809-824.
- Maccannell, D. (2003). *El Turista: una nueva teoría de la clase ociosa*. Barcelona: Melusina Ed.
- Maccannell, D. (2007). *Lugares de Encuentro Vacío*. Barcelona: Melusina Ed.
- Manhunt. (2018). Joint Manhunt. Recuperado el 2 de mayo de 2018, de Sitio Web: <https://www.manhunt.net>
- Marín, G. (2009). Turismo, globalización y desarrollo local: Puerto Vallarta y los retos del porvenir. *Estudios Demográficos y Urbanos* (24)(1), 219-247
- Marín, G. (2015). Sin tierras no hay paraíso. Turismo, organizaciones agrarias y apropiación territorial en México. España: PASOS.
- McCormick, J. (2011). Hairy Chest, Will Travel: Tourism, Identity, and Sexuality in the Levant. *Journal of Middle East Women's Studies*, 7(3), 71-97.
- Melián González, A., Moreno Gil, S., & Araña, J. E. (2011). Gay tourism in a sun and beach destination. *Tourism management : research, policies, practice*, 32(5), 1027-1038.
- Mellin, M. & Onstott, J. *The Unofficial Guide to Mexico's best Beach Resorts*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Mendoza, C. (2013). Beyond Sex Tourism: Gay Tourists and Male Sex Workers in Puerto Vallarta (Western Mexico). *International Journal of Tourism Research*, 15(2), 122-137.
- Mitchell, G. (2011). TurboConsumers™ in paradise: Tourism, civil rights, and Brazil's gay sex industry. *American Ethnologist*, 38(4), 666-682.

- Molina, S. (2006). *El posturismo. Turismo y modernidad*. México: Trillas.
- Monsiváis, C. (8 de noviembre de 2001). *La Gran Redada*. Recuperado el 10 de Diciembre de 2018 <https://www.jornada.com.mx/2001/11/08/ls-monsivais.html>
- Monterrubio Cordero, J. C. (2009). *Identity and Sex: Concurrent Aspects of Gay Tourism*. *TOURISMOS: An international Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(2), 155-167.
- Monterrubio Cordero, J. C., & López, Á. (2014). "Recognising homoeroticism in male gay tourism: A Mexican perspective". En T. Thurnell, & M. (. Casey, *Men, Masculinities, Travel and Tourism* (págs. 171-186). Londres: Palgrave Macmillan Books.
- Monterrubio, J., Hughes, H., Miller, A., & Mason, P. (2007). *Gay men's sexual behaviour in a holiday destination*. *e-Review of Tourism Research*, 5(3), 56-63.
- Montes de Oca, L.B. (2016). "Una ventana epistémica a la (inter) subjetividad. Las potencialidades del método etnográfico" en *FQS*, Vol. 17, núm. 1, enero 2016.
- Montoya Arango, V. (enero-junio de 2007). *El mapa de lo invisible. Silencios y gramática del poder en la cartografía*. *Universitas humanística* , 155-179.
- Moreno Sánchez, Á., & Pichardo Galán, J. I. (2006). *Homonormatividad y existencia sexual. Amistades peligrosas entre género y sexualidad*. *Revista de Antropología Iberoamericana*, 1(1), 143-156.
- Nan Alamilla, B. (2011). *San Francisco's Castro district: from gay liberation to tourist destination*. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 9(3), 237-24
- NotiVallarta. (20 de Abril de 2016). *Celebra Puerto Vallarta los primeros matrimonios del mismo sexo*. *NotiVallarta.Tudiarioenlínea*.
- Observatorio Integral de la Región Turística. (2017). *Informe Segmento LGBT Puerto Vallarta*. Puerto Vallarta: Observatorio Integral de la Región Turística Puerto Vallarta-Bahís de Banderas.
- OIT. 2017. *El empleo informal en México: situación actual, políticas y desafíos*. Programa de Promoción de la Formalización en América Latina y el Caribe
- Opperman, M. (1999). *Sex Tourism*. *Annals of Tourism Research*, 251-266.

- Organización de las Naciones Unidas. (2012). *NACIDOS LIBRES E IGUALES. Orientación sexual e identidad de género en las normas internacionales de derechos humanos*. Organización de las Naciones Unidas. Ginebra: ONU.
- Organización Mundial de la Salud. (2016). "7 millones de muertes cada año debidas a la contaminación atmosférica".
- Organización Mundial de Turismo. (2012). Organización Mundial de Turismo. Recuperado el 13 de agosto de 2018, de <http://www2.unwto.org/es/content/acerca-de-la-omt>
- Organización Mundial de Turismo. (2013). *Global Report on LGBT Tourism*. Recuperado el 13 de agosto de 2017, de <http://www2.unwto.org/es/node/36213>
- Organización Mundial de Turismo. (25 de octubre de 2018). Organización Mundial de Turismo. Recuperado el 25 de Octubre de 2018, de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>
- Out Now Global. (18 de Marzo de 2015). Out Now Global. Recuperado el 30 de Enero de 2016, de *LGBT2020 Research Data Released by ONBC at World Travel Market*: <http://www.outnowconsulting.com/latest-updates/press-centre/new-research-lgbt-travel-where-will-gays-and-lesbians-holiday-in-2015.aspx>
- Padilla, M. B., Guilamo-Ramos, V., Bouris, A., & Reyes, A. M. (2010). HIV/AIDS and Tourism in the Caribbean: An Ecological Systems Perspective. *American Journal of Public Health*, 100(1), 70-77.
- Palafox, A. (2015). Una propuesta para el análisis del turismo desde la perspectiva de la geopolítica crítica. *Revista Latinoamericana de Turismología, Juiz de Fora*, 1(1), 27-35
- Pearce, D. (1989). *Tourism Development*. London: Longman.
- Pera, T. (29 de Enero de 2018). Tacos tía Pera. (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- Plan Nacional de Desarrollo. (20 de mayo de 2013). Gobierno de México. Recuperado el 25 de septiembre de 2018, de [https://www.snieg.mx/contenidos/espanol/normatividad/MarcoJuridico/PND\\_2013-2018.pdf](https://www.snieg.mx/contenidos/espanol/normatividad/MarcoJuridico/PND_2013-2018.pdf)
- Pillay, N. (2008). Sexagésimo tercer periodo de sesiones de la Asamblea General de la ONU. ONU. Nueva York: ONU.



- Portes, A. (2013). *Sociología económica: una investigación sistemática*. España, Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Presidencia de la República (2016). *Iniciativa de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones del Código Civil Federal*. México.
- Pritchard, A. (2000). *Gay and Lesbian Tourism*. New York: Campbell Press.
- Pritchard, A., Morgan, N., & Sedgley, D. (2002). In search or Lesbian space? The experience of Manchester's gay village. *Leisure Studies*, 21(2), 105-123.
- Proceso. (2015). México, segundo lugar mundial en crímenes por homofobia. Mayo 2015.
- PVSunsetParty (20 de septiembre de 2018). Wet&Wild cruise. Recuperado el 20 de Septiembre de 2018, de Sitio Web <https://pvsunsetpartycruise.com>
- Raffestin, C. (1980). *Pour une géographie du pouvoir*, Paris: Librairies Techniques
- Ramírez, H. (17 de Noviembre de 2017). Director de Colectivo Vallarta LGBT. (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- Reguillo, R. (1999). *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. Tlaquepaque, Jalisco, México: ITESO.
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de cultura juveniles: estrategias de desencanto*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Reguillo, R. (2000a). *La clandestina centralidad de la vida cotidiana en Alicia Lindón (Coord.) La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. Anthropos: Barcelona.
- Reguillo, R. (2000b). *Identidades culturales y espacio público. Un mapa de los silencios*. 59, 75-86.
- Reguillo, R. (2010). #OcupalasCalles #TomalasRedes: Disidencia, insurgencias y movimientos juveniles. *Del desencanto a la imaginación política*.
- Reguillo, R. (2010). *Repensar lo público. Comunicación y Sociedad*, 207-213.
- Reguillo, R. (2013) *Disidencia: Frente al Desorden de las Cajas Abiertas—México, Breve y Precario Mapa de lo Imposible*. Hemispherin Institute, 10 (2),
- Reguillo, R. (2015). *Primaveras políticas en el otoño civilizatorio: Paisajes insurrectos*. En M. E. (eds), *¿Qué es el poder hoy?* (págs. 1-22). Puebla: Universidad Iberoamericana Puebla.

- Restrepo, E. (2016). *Etnografía: alcances, técnicas y éticas*. Bogotá: Envió Editores.
- Retamozo, M. (2009) "Lo político y la política: los sujetos políticos, conformación y disputa por el orden social" en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* vol. LI, núm. 206, mayo-agosto, 2009, pp. 69-91, Universidad Nacional Autónoma de México
- Rodríguez, G. (10 de Septiembre de 2017). *Camarista Hotel Iguana de Oro*.
- Ruiz, J. e Ispizúa, A. (2011). *Métodos de investigación cualitativa*. En Tarrés, M. *Observar, escuchar y comprender: sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: Flacso.
- Rushbrook, D. (2002). *Cities, queer space and the cosmopolitan tourist*. *GLQ*, 8(1-2), 183-206.
- Ryan, C., & Hall, C. M. (2001). *Sex Tourism: Marginal people and liminalities*. London: Routledge.
- Said, E. (2003). *Orientalism*. London: Penguin Classics.
- Sánchez, R. (2011). *La observación participante como escenario y configuración de la diversidad de significados*. En Tarrés, M. *Observar, escuchar y comprender: sobre la tradición cualitativa en la investigación social*. México: Flacso.
- Santamarina, B. (2006). *Ecología y poder. El discurso medioambiental como mercancía*. Madrid: Libros de la Catarata.
- Sarlo, B. (2005). "Tiempo pasado" en *Tiempo pasado. Cultura de la memoria y giro subjetivo. Una discusión*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Sautú, R. *Todo es teoría: objetivos y métodos de investigación*. - la ed. - Buenos Aires: Lumiere, 2005.
- Scartascini, G. (2001). *Puerto Vallarta. La formación de un destino*. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Scott, J. (2007). *Los dominados y el arte de la resistencia*. México: Era.
- Scruff. (2018). *Scruff*. Recuperado el 2 de mayo de 2018, de Sitio Web: <https://www.scruff.com>
- Secretaría de Turismo de México. (17 de Diciembre de 2015). *Facebook*. Recuperado el 10 de Abril de 2016, de *Facebook de la Secretaría de Turismo de México*: <https://www.facebook.com/SECTUR.MX/posts/1144476725587054:0>

Secretaría de Turismo. (15 de Febrero de 2016). SECTUR. Recuperado el 12 de Febrero de 2016, de Sitio Web de Secretaría de Turismo: [www.sectur.gob.mx](http://www.sectur.gob.mx)

SECTUR. (13 de Diciembre de 2013). DOF. Recuperado el 11 de Septiembre de 2017, de SecTur: [http://www.sectur.gob.mx/PDF/PlaneacionTuristica/Prosectur\\_2013\\_2018.pdf](http://www.sectur.gob.mx/PDF/PlaneacionTuristica/Prosectur_2013_2018.pdf)

SECTUR. (2014). Agendas de competitividad de los Destinos Turísticos en México. Recuperado el 11 de Septiembre de 2017, de SecTur: [https://secturjal.jalisco.gob.mx/sites/secturjal.jalisco.gob.mx/files/u16/agenda\\_puerto-vallarta.pdf](https://secturjal.jalisco.gob.mx/sites/secturjal.jalisco.gob.mx/files/u16/agenda_puerto-vallarta.pdf)

SECTUR. (16 de Mayo de 2016). DataTur. Recuperado el 20 de Septiembre de 2017, de DataTur: [http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF\\_JAL.aspx](http://www.datatur.sectur.gob.mx/ITxEF/ITxEF_JAL.aspx)

SECTUR. (30 de Enero de 2017). Gobierno de México. Recuperado el 22 de marzo de 2017, de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/fortalece-sectur-turismo-lgtb-para-hacer-de-mexico-un-destino-vanguardia>

SECTUR. (21 de Marzo de 2017) (a). Gobierno de México. Recuperado el 22 de marzo de 2017, de Gobierno de México: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/sectur-impulsa-estrategias-de-diversificacion-para-turismo-lgbt>

Secretaría de Turismo de México. (17 de Mayo 2018). Sectur. Recuperado el 10 de julio de 2018, de Facebook de la Secretaría de Turismo de México: <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/wp-content/uploads/2018/05/TURISMO-LGBT.pdf>

Senado de la República. (14 de Abril de 2014). Senado de la República. Recuperado el 28 de Octubre de 2014, de Gaceta del Senado de la República: <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=2&id=46869>

Shaw, G., & Williams, A. M. (2004). *Tourism and Tourism Spaces*. London: SAGE Publications Ltd.

Shepherd, R. (2003). *Commodification, Culture and Tourism*. London: Sage Publications.

Sibalis, M. (2004). Urban space and homosexuality: the example of Marais, Paris, gay ghetto. *Urban studies*, 41(9), 1739-1758.

- Simpson, P., & Wall, G. (2002). Environmental Impact assessment for tourism: a discussion and an Indonesian example. En D. a. Pearce, *Contemporary Issues in Tourism Development* (págs. 232-256). London: Routledge.
- Skal organization. (31 de Octubre de 2015). Skal organization. Recuperado el 31 de Octubre de 2015, de Sitio Web Skal organization: <http://www.skal.org>
- Smith, V. L. (1977). Anfitriones e invitados. Madrid: Endymion.
- Smith, V., & Brent, M. (2001). Hosts and Guests Revisited: Tourism Issues of the 21st Century. New York: Cognizant Communication.
- Solís, P. (Diciembre de 2012). Social Mobility in Mexico. Trends, recent findings and research challenges. *Revista Trace* 62 , 7-20.
- Sosa, M. (2012). ¿Cómo entender el territorio? – Mario Sosa Velásquez; ed. Belinda Ramos Muñoz. – Guatemala: URL; Editorial Cara Parens, 2012.
- Stiglitz, J. (2005). El consenso post-consenso de Washington. Recuperado el 16 de mayo de 2010 de: [http://www0.gsb.columbia.edu/ipd/pub/Stiglitz\\_PWCC\\_SPA.pdf](http://www0.gsb.columbia.edu/ipd/pub/Stiglitz_PWCC_SPA.pdf)
- Stout, N. (2015). When a Yuma Meets Mama: Commodified Kin and the Affective Economies of Queer Tourism in Cuba. *Anthropological Quarterly*, 88(3), 665-691.
- Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo. (27 de Junio de 2015). El informador. Recuperado el 20 de Agosto de 2015, de El informador: <http://www.informador.com.mx/economia/2015/600347/6/la-sectur-reconoce-la-importancia-del-turismo-lgbt.htm>
- Suprema Corte de la Justicia de la Nación. (19 de junio de 2015). Matrimonio. La ley que en cualquier entidad federativa que, por un lado, considere que la finalidad de aquél es la procreación y/o que lo defina como el que se celebra en un hombre y una mujer, es inconstitucional. *Semanario Judicial de la Federación*.
- Suprema Corte de la Justicia de la Nación. (26 de enero de 2016). Concepto de matrimonio en la legislación de Jalisco. *Semanario Judicial de la Federación*.
- Tashakkori, A. & Ch. Teddlie (1998) *Mixed Methodology. Combining Qualitative and Quantitative Approaches*, Thousand Oaks, Ca.: Sage Publications.

- Thuens, H. (1976). Notes on the economics of international tourism in developing countries. *Tourist Review*, 31(3), 2-10.
- Tomazzoni, E. L., de Souza, F. V., & Souza, A. N. (2014). A parada do orgulho gay e suas contribuicoes para o desenvolvimientio turístico, social e humano da cidade de Sao Paulo. *TURYDES Revista Turismo y Desarrollo local sostenible.*, 7(17), 1-25.
- Tribe, J. (2005). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Burlington, Massachusetts: Butterworth-Heinemann.
- Tribe, J. T. (2010). Territories and Networks in the Tourism Academy. *Annals of Tourism Research*, 37(1), 7-33.
- Tuan, Y. (1974). *Topophilia*. Englewood Cliffs, N.J.: Prentice Hall.
- Tuouraine, A. (2012). *¿Podremos vivir juntos?*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Tuouraine, A. /Khosrokhavar, F. (2002). *A la búsqueda de sí mismo*. Barcelona: Paidós.
- Useche, O. (2012) "Diferencia, subjetividades en resistencia y micropolítica del acontecimiento" en Piedrahita Echandía, Díaz Gómez, Vommaro (Comps.)(2012) *Subjetividades políticas: desafíos y debates latinoamericanos*. CLACSO.
- Valera, S. (1993). *El simbolisme en la ciutat. Funcions de l'espai simbòlic urbà*. Barcelona: Tesis doctoral. Universitat de Barcelona.
- VallartaOpina. (6 de Abril de 2017). Puerto Vallarta construye una sociedad incluyente. *VallartaOpina. Elperiódicodelosvallartenes*.
- Van Broeck, A. M. (2015). Una reflexión teórica desde el homoerotismo y el espacio . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 787-808.
- Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*. Burlington, Massachusetts: Elsevier, Butterworth Heinemann.
- Vaughan, R. (1977). *The Economic Impact of Tourism in Edinburgh and the Lothian Region*. Edinburgh: Scottish Tourist Board.
- Velasco, D. (1998). la fórmula generadora del sentido práctico. Una aproximación a la filosofía de la práctica de Pierre Bourdieu . *Espiral, Estudios sobre Estado y Sociedad* , IV (12), 33-80.

- Vidal, T., & Pol, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología*, 36 (3), 281-297.
- Virgen, C. (2014). *El turismo en Puerto Vallarta, pasado y presente*. México: CONAET UFRP.
- Virgen, C. y Gauna, C. (2005). Estudio sobre la satisfacción de los usuarios turísticos en la terminal marítima de Puerto Vallarta: Cruceros y embarcaciones locales, nuevos segmentos, nuevos productos del turismo. Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Virgen, C. (24 de febrero de 2017). Profesor investigador, especialista en turismo en Puerto Vallarta. UdeG. (J. O. Rodríguez, Entrevistador)
- Virgen, C., González, M., & Hernández, V. (2011) "La promoción y publicidad como estrategia en la gestión de destinos turísticos". Puerto Vallarta: Universidad de Guadalajara.
- Wacquant, L. (2004). *Ghetto*. París: International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences.
- Wagner, J. (1997). Estimating the economic impacts of tourism. *Annals of Tourism Research*, 24(3), 592-608.
- Wagner, P. (1997). "Sociología de la modernidad", Herder, Barcelona. ARFUCH, L. (2005). "Problemáticas de la identidad" en L. Arfuch (comp)(2005). *Identidad, sujetos y subjetividades*. Buenos Aires: Prometeo.
- Waite, G., & Markwell, K. (2006). *Gay tourism: culture and context*. New York: The Haworth Hospitality Press.
- Wall, G. (2004). Tourism, environment and health: towards a new paradigm for tourism research. *Advances and Research Updates*, 5(1), 37-46.
- Wall, G., & Mathieson, A. (2006). *Tourism: change, impacts and opportunities*. Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Wall, G., & Wright, C. (1977). *The Environmental Impact of Outdoor Recreation*. Waterloo, Ontario: Publication Series No. 11. Department of Geography, University of Waterloo.
- Watkins, J. (2015). *Spatial Imaginaries Research in Geography: Synergies, Tensions and New Directions*. Geography Compass

- Wearing, S., Stevenson, D., & Young, T. (2009). *Tourist Cultures: Identity, Place and the Traveller*. London: Sage Publications Ltd.
- Weeks, J. (1992). The Body and sexuality. En R. a. Bocoock, *Social and Cultural forms of Modernity* (págs. 219-266). Cambridge, UK: Polity Press.
- Weeks, J. (1998). *La invención de la sexualidad*. México: Paidós-Programa Universitario de Estudios de Género-UNAM.
- Williams, P. W. (1994). Frameworks for assessing tourism's environmental impacts. En J. a. Ritchie, *Travel, Tourism and Hospitality*. New York: John Wiley & Sons.
- Wolf, C. (1977). Social impact assessment: the state of the art updated. *SIA Newsletter*(29), 3-23.
- World Travel and Tourism Council. (31 de Octubre de 2015). WTTC. Recuperado el 31 de Octubre de 2015, de Sitio Web de World Travel and Tourism Council: <http://sp.wttc.org/about/>
- Yolocuahtli Vargas, S., & Alcalá, B. (2015). Aspectos territoriales de la prostitución masculina vinculada con el turismo sexual en Acapulco . *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24, 867-888
- Zibechi, R., (2011). Descolonizar el pensamiento crítico y las prácticas emancipadoras. El pensamiento crítico en el laberinto del progresismo, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales – OSAL Observatorio Social de América Latina. Año XII N° 30 / publicación semestral / Noviembre de 2011, páginas 19 - 24,
- Zibechi, R., (2015). Movimientos antisistémicos y descolonialidad, en Rafael Sandoval (editor), *Pensar desde la resistencia anticapitalista y la autonomía*. CIESAS – Cátedra Jorge Alonso, México.

## ANEXOS

---

### Anexo 1. Guion de observación etnográfica<sup>90</sup>

---

#### ***Configuración de espacios turísticos LGBT friendly, caso Puerto Vallarta, Jalisco***

Toda la manifestación de la cultura no se produce en el vacío, sino en un espacio en concreto, en un universo que a su vez se vuelve nuestro universo de investigación. La espacialidad es una categoría imprescindible, constitutiva de la realidad que es necesario considerar para su conocimiento. (Guerrero, 2002:28)

### **1. Espacialidad**

#### **1.1. Diagnóstico del espacio**

1. Localización geográfica tanto del macrouniverso de investigación, así como la ubicación micro, de la zona romántica de Puerto Vallarta, Jalisco.
2. La ubicación de la zona romántica dentro de la división política de Puerto Vallarta, Jalisco y sus límites con los espacios aledaños para el desarrollo turístico "gay friendly".
3. Longitud, latitud y superficie de la zona turística "gay friendly".
4. Características del territorio, tanto ancestral como actual.
5. Caracterización espacio urbano y regional.
6. Las características ecológicas, ya que es una zona montañosa y de playa, identificar, tipo de tierra, altitud, periodos de lluvia y humedad durante el año (factores que inciden en el desarrollo de determinadas prácticas turísticas y periodos alto-bajo como destino turístico)
7. Hidrografía; caracterizar el río Cuale.
8. Climatología, temperaturas según estaciones o periodos del año, viento, periodos de lluvia e inundaciones.
9. Geografía humana: datos demográficos de la zona (tamaño y densidad de la población, distribución espacial, población por composición social, étnica, edad, género, población económica activa, subempleada y desocupada, flujos migratorios en el destino por género, causas, destino, motivaciones y tiempo.
10. Distribución de la población por sectores económicos.

---

<sup>90</sup> El guion de observación está basado en la propuesta de "Guía Etnográfica" realizada por Patricio Guerrero Arias de la Escuela de Antropología Aplicada UPS-Quito



11. Patrón de poblamiento, es decir, identificar dónde viven los residentes de la zona romántica y alrededores y las condiciones de los asentamientos.

### **1.2 Diagnóstico de infraestructura**

1. Servicios: educación/salud/ transporte/ turismo dentro de la zona centro-romántica a la cual pueden acceder migrantes, residente y turistas de la comunidad LGBT.
2. Infraestructura turística: hoteles, restaurantes, albergues, inventario de atractivos turísticos
3. Servicios para la recreación: parques, espacios verdes, canchas deportivas, bibliotecas, museos, teatros, cines, galerías, reservas ecológicas.
4. Institucional: instituciones locales, estatales y federales en el enclave turístico estudiado, así como privadas, religiosas y de la sociedad civil.

### **1.3 Construcción de mapa (s)**

Que contengan algunos de los aspectos más importantes de los puntos señalados previamente. Se señalarán los límites del territorio, tipo de poblamiento, ubicación de los recursos naturales y turísticos, así como los actores y espacios en donde se producen determinadas prácticas.

## **2. Temporalidad**

### **2.1 Histórica**

1. Periodización histórica y proceso de configuración de espacio turístico en Puerto Vallarta
2. Periodización histórica del espacio turístico "*gay friendly*" en el destino.
3. Forma de poblamiento inicial y condiciones "turísticas" de esa época.
4. Fundadores o primeros pobladores de la región
5. Dinámica de cambios sociales, económicos y culturales de Puerto Vallarta que facilitarían la instalación de un "destino turístico *gay friendly*".
6. Establecer cómo se ha llegado a "aceptar" a los turistas y migrantes al espacio de la comunidad LGBT.

### **2.2. Presente**

1. Características actuales.

2. Denominación, estructura y funcionalidad.

### **2.3 Tempo-espacial**

1. Conocer cómo son los tiempos de preparación para el desarrollo de "eventos" relevantes para el turismo en la zona estudiada.
2. Hechos relevantes en el calendario festivo y forma en la que influye para configurar el espacio turístico *gay friendly*.

## **3. Organización sociopolítica**

### **3.1 Formas de organización sociopolítica**

1. ¿Cuál es el carácter de la estructura de la sociedad? ¿se trata de sociedades igualitarias, de rango o estratificadas?
2. ¿Se trata de sociedades tradicionales o formales?
3. ¿Cuál es la función de la comunidad y de las organizaciones tradicionales?
4. ¿Cuál es el significado y las significaciones: social, simbólica, económica y política de la zona turística *gay friendly*?
5. Formas de organización actuales: asociaciones, juntas de vecinos, religiosas, económicas, laborales, de género, cívicas, de partidos políticos y movimientos sociales y su función en el territorio turístico.
6. Determinación de la estructura interna de la comunidad.
7. ¿Cuál es la forma de relación entre el Estado y las posibles Organizaciones No Gubernamentales (ONG's)
8. Evaluar el impacto que tiene la acción de los agentes externos y sus proyectos en la vida cotidiana, la organización social, económica, política y cultural y quiénes son los beneficiados en la zona romántica.
9. ¿Pertenece la comunidad de la zona romántica a organizaciones internacionales?

### **3.2 Sistemas de control social**

1. ¿Cuáles son y cómo opera las formas de organización política de la "zona romántica" en tanto a territorio "*gay friendly*"?

2. ¿Cómo está organizada la estructura del poder: autoridades, liderazgo, prestigio; nivel "colonia", municipal o por instituciones?
3. ¿Cómo se accede y/o "distribuye" el poder para tomar decisiones en la zona?
4. ¿Cuáles son los dirigente y líderes en la comunidad (asociaciones de vecinos, LGBT, turísticas)?
5. Tipología con relación al poder (autoridad legal, liderazgo, sistema tradicional/simbólico)
6. ¿Existen autoridades tradicionales con poder simbólico en la zona estudiada? ¿Cuál es su papel dentro de esta? ¿cuál es la percepción de la comunidad frente a sus autoridades simbólicas?
7. ¿Existen políticas o lineamientos para el castigo o sanción de "algunas" prácticas de la comunidad LGBT, dentro y fuera de la zona romántica de Puerto Vallarta?

#### **4. Representaciones de la alteridad**

##### **4.1 Relaciones de identidad**

1. ¿Cómo se concibe la comunidad así misma con respecto a ser considerada como destino "gay friendly"?
2. ¿Cuál es el nivel de autoconciencia de su identidad en los actores del territorio: positiva/negativa?
3. ¿Cómo la sociedad y cultura, concibe a los "otros" diferentes (LGBT)?
4. ¿Cuáles son las valoraciones sobre la cultura de los otros?
5. ¿Cómo denominan a los "otros"?
6. ¿Existen conflictos con la comunidad LGBT (visitantes o residentes)?
7. ¿Cuáles son los tipos de relaciones que se establecen entre comunidad LGBT y el resto de la sociedad?
8. ¿Cuál es la composición social de la comunidad LGBT en el espacio turístico, dinámica de diferenciación y movilidad social?
9. ¿Son de nacionalidad mexicana o extranjeros quiénes la conforman?

10. ¿Qué tipo de relaciones se establecen al interior/exterior de la comunidad LGBT como puerto turístico (económicas, políticas, simbólicas)?
11. ¿Cómo se inició el establecimiento de esas relaciones, orígenes y percepción de la comunidad frente a ellas?
12. ¿Qué incidencia o impacto tienen esas relaciones para la comunidad local?
13. ¿Qué estrategias (si existen) se desarrollan para integrar o rechazar a la comunidad LGBT?
14. ¿Existen relaciones armoniosas o conflictivas en el espacio turístico *gay friendly*, con respecto a la comunidad LGBT?
15. ¿Qué tipo de conflictos se presentan: sociales, económicos, culturales, políticos, religiosos, otros?
16. ¿Cuáles son las características del poder y su ejercicio, al interior y fuera de la zona romántica: simétricas o asimétricas?
17. ¿Existen manifestaciones de discriminación? ¿contra quiénes van dirigidas estas actitudes, en qué casos, por qué?
18. ¿La comunidad LGBT (turistas y residentes) considera que existen actitudes o prácticas de discriminación hacia sus miembros?
19. ¿Existen hechos socioculturales que constituyan luchas, resistencias o insurgencias frente a la cultura dominante? (marchas, pláticas, labores de concientización)
20. ¿Las manifestaciones o representaciones culturales contribuyen a la desestructuración de los grupos confrontados (en caso de existir)?
21. Conocer como la cultura contribuye al proceso de organización, movilización y propuestas de lucha de la comunidad LGBT en el espacio estudiado.
22. ¿Como qué tipo de sujeto se ha construido la comunidad LGBT en la localidad (social, político, histórico, otro)?

#### **4.2 Valoraciones y apropiación en la comunidad**

1. ¿Qué valor le atribuye la comunidad al territorio como parte de su identidad y cultura?
2. ¿Cuál es el significado y significaciones (social, económica, ecológica, política y simbólica) del territorio para la comunidad?

3. ¿El territorio está organizado o se le quiere organizar sobre las bases de representación propias de la cultura heteronormativa o hay otras bases?

## **5. Organización económica**

### **5.1 Sistemas productivos**

1. ¿Qué valor le atribuye la comunidad a la economía como parte de la identidad y cultura de la zona turística "gay friendly"?
2. ¿Cuál es el tipo de sistema productivo principal en la comunidad? ¿Qué tipo de actividades económicas se realizan en el territorio?
3. ¿Qué tipo de actividades turísticas se encuentran/ realizan en el territorio y cuáles son "especiales" para la comunidad LGBT?
4. Características de las unidades productivas.
5. ¿Cómo se dan las relaciones entre propietarios y empleados? ¿Formas de pago y contratación?
6. ¿Cuál es el sentido material y simbólico que se da a las actividades productivas que se brindan al turismo?
7. Características de los trabajadores según pertenencia social, empleo, remuneración social y trayectoria de vida (Solís)
8. Acceso de empleadores y empleados a los capitales (Portes)
9. ¿Existen estructuras organizacionales de los trabajadores? ¿de qué tipo (características y funciones)?
10. Caracterización de las clases sociales con base en el trabajo de Solís (2012)
11. Estructura laboral: nivel de empleo, desocupación, trabajo informal.

## **6. Sistema de representaciones**

### **6.1 Sistema de representación de las prácticas (amorosas, afectivas y sexuales )**

1. ¿Cuáles son las representaciones sobre el cuerpo, la sexualidad, el placer de la comunidad LGBT del territorio estudiado?

2. ¿Cuáles son las representaciones sobre el cuerpo, la sexualidad, el placer de la comunidad (heterosexual) del territorio estudiado?
3. ¿Qué valor le atribuye la comunidad a su vestimenta como parte de su identidad?
4. ¿Qué valor se le atribuye al cuerpo (parcialmente desnudo) en la comunidad LGBT (turistas y residentes) y comunidad local?
5. ¿Cuáles son las prácticas amorosas, afectivas y sexuales en el territorio?
6. ¿Cuáles son las políticas de "orden social" para realizar esas prácticas?
7. ¿Cuál es el lugar de las prácticas realizadas por la comunidad LGBT en la vida cotidiana de la comunidad?
8. ¿Cuál es el significado y significación de las prácticas realizadas por la comunidad LGBT en el territorio de la zona romántica?
9. ¿Cuáles son los lugares y la importancia de la comunidad para realizar dichas prácticas en la comunidad?
10. ¿Existen horarios para realizar las prácticas?
11. ¿Existen diferencias entre las prácticas (amorosas, afectivas y sexuales) realizadas por la comunidad LGBT en el territorio estudiado con el pasado? ¿Cuáles son las diferencias? ¿Qué ha permitido los cambios? ¿Cuáles son los agentes-actores? ¿Qué impactos han tenido esos cambios?
12. ¿Hace algo la comunidad local ante tales prácticas? ¿hay prácticas que realice la comunidad LGBT, "mal vistas" por la comunidad local?
13. ¿La comunidad LGBT (turistas y residentes) hace algo por continuar o ampliar las prácticas (amorosas, afectivas y sexuales)?

### **6.1 Festividad y celebraciones**

1. ¿Qué valor le atribuye la comunidad a la "fiesta" como parte de su identidad?
2. ¿Existen fiestas y celebraciones específicas para la comunidad LGBT en el territorio estudiado?
3. ¿Cuáles son los significados y significaciones sociales, económicas, políticas y simbólicas de las celebraciones y festividades?
4. ¿Cuáles son los actores, motivaciones, escenarios, fechas y dinámica sociocultural?

5. Origen de las fiestas de la comunidad LGBT en el destino: ¿cómo y dónde comenzaron?
6. Descripción e interpretación del significado de las fiestas y celebraciones (white party, gay pride, bear feast). Proceso de preparación, elementos simbólicos, personajes que participan, interacciones producidas (sociales, económicas, políticas, simbólicas) y conflictos que dichas fiestas representan a la comunidad local.
7. ¿Qué hace la comunidad para mantener o incrementar las fiestas (eventos) en el destino turístico?

### **Guion de entrevista**

Como primer punto, se iniciaba con la presentación del investigador y la explicación sobre el tipo de entrevista que se llevaba a cabo y el fin con el que se realizaba. Siempre se buscó tener encuentros con entrevistas previas para generar confianza con el/la entrevistado.

Posteriormente se procedía a la presentación del entrevistado: "*Jorge*, nos puedes ayudar con una auto-presentación... ¿Cómo te llamas, cuántos años tienes y cuántos de esos años tienes viviendo en Puerto Vallarta, a qué te dedicas, etcétera..." Dependiendo del tipo de actor cambiaban algunos detalles en su discurso introductorio.

Finalmente se daba paso a las preguntas detonadoras según los ejes y temáticas a tratar, buscando profundizar en la relación eje/actor teniendo como ejes el espacio, las prácticas y las relaciones; mientras que los actores se distinguieron en gobierno, residente local, residente temporal, empresarios, asociaciones y turistas. A continuación, se presentan las temáticas a tratar para cada uno de los ejes y actores.

#### Ejes

- d) Espacio: significación/apropiación; turismo; espacio *LGBT friendly*; lugares de convivencia (bares, restaurantes, playa(s); permisividad/límites; "progreso" urbanización territorio.
- e) Prácticas: turísticas/cotidianas; tipo: afectivas, amorosas, sexuales, económica; convivencia local-turista-turista LGBT+;
- f) Relaciones: convivencia(s) entre locales, turistas, residentes temporales, empresarios; roles de trabajo (trayectorias), ingresos, propinas, jornadas laborales; capitales (social, cultural, económico).

#### Actores

- g) Gobierno: construcción de PV como escenario político o promotor de DDHH LGBT+
  - 8. ¿Qué es Puerto Vallarta para un político como usted, cuando se promueven los Derechos Humanos de la comunidad LGBT+?
  - 9. ¿Qué ofrece Puerto Vallarta para los turistas?



10. ¿Se ofrece algo en particular al turista LGBT+?
11. ¿Qué se hace desde Puerto Vallarta desde el mundo político en defensa de los DDHD LGBT+?
12. ¿Cómo participa el gobierno municipal en la construcción de un espacio que promueve los DDHH LGBT+?
13. ¿Qué piensa de que Puerto Vallarta forme parte de uno de los 8 destinos turísticos *LGBT friendly* de México?
14. ¿Hay límites en la ciudad para definir la parte *gay friendly*, es decir, zonas o áreas que podríamos considerarlas como tal?

h) Residente local

5. Platíqueme... ¿qué significa para usted vivir en Puerto Vallarta?
6. ¿Qué opinas de que la zona romántica se haya convertido en un destino que atrae a miles de turistas al año? Indagar su postura sobre las prácticas de los turistas LGBT+.
7. ¿Qué piensa del progreso en su ciudad, grandes edificios, más lugares de esparcimiento, urbanización?
8. ¿Podría platicarme qué es lo que hace durante un día normal de la semana y su(s) día(s) de descanso?

i) Residente temporal

5. Platíqueme... ¿por qué vivir en Puerto Vallarta una parte del año y dejar su casa por el tiempo que pasa aquí?
6. ¿Qué opina de la evolución de la zona romántica, que pasa de pequeño pueblo a una de las grandes atracciones de Puerto Vallarta? Indagar su postura sobre las prácticas de los turistas LGBT+.
7. ¿Podría platicarme qué es lo que hace en PV durante su estancia, digamos... lo que harías normalmente un día de su estancia?

8. ¿Qué le gusta más y qué menos de vivir en la zona romántica de PV, cuando lo compara con su ciudad de procedencia?
- j) Empresarios: construcción de PV como escenario empresarial o promotor de DDHH LGBT+
8. ¿Qué es Puerto Vallarta para un empresario cuando se promueven los Derechos Humanos de la comunidad LGBT+?
9. ¿Qué ofrece Puerto Vallarta para los turistas?
10. ¿Se ofrece algo en particular al turista LGBT+?
11. ¿Qué se hace desde Puerto Vallarta desde el mundo empresarial en defensa de los DDHH LGBT+?
12. ¿Cómo participa ACT LGBT en la construcción de un espacio que promueve los DDHH LGBT+?
13. Podría platicarme, ¿cómo le ha hecho para tener un negocio que atiende a personas LGBT+, es decir, ¿cómo surge la idea, ha tenidos problemas con este tipo de turistas?
14. ¿Cómo es su relación con el gobierno en cuánto a límites y permisos, así como con las diferentes asociaciones con las que se relaciona su negocio?
- k) Asociaciones: construcción de PV como escenario político o promotor de DDHH LGBT+
5. ¿Podría compartirnos qué hace la asociación a la que pertenece con respecto al mundo LGBT+ en Puerto Vallarta?
6. ¿La asociación a la que pertenece hace algo en particular por la zona romántica?
7. ¿Qué piensa de que Puerto Vallarta forme parte de uno de los 8 destinos turísticos *LGBT friendly* de México?
8. ¿Hay límites para la comunidad LGBT+ en Puerto Vallarta?
- l) Turistas

5. ¿Qué hace en Puerto Vallarta? ¿Por qué?
6. ¿Por qué visitar Puerto Vallarta y en particular la zona romántica, desde cuándo lo hace?
7. ¿Cómo describiría Puerto Vallarta a otras personas que no lo conocen?
8. ¿Qué es lo que más le gusta de vacacionar en la zona romántica de PV y qué es lo que menos le gusta?