



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA**

**TURISMO GAY EN LA CIUDAD DE TOLUCA:  
UNA VISIÓN SOCIAL DESDE EL ENFOQUE DEL ESTIGMA**

**TESIS**

**PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
LICENCIADO EN TURISMO**

**PRESENTA:**

**P.L.T. VÍCTOR MANUEL MORA TORRES**

**ASESORA:**

**MTRA. EN E.S.F.T. MARTHA GARDUÑO MENDOZA**



**TOLUCA, ESTADO DE MÉXICO; ENERO DE 2014**



**UAEM** | Universidad Autónoma  
del Estado de México

Toluca, México, a 10 de enero de 2014

**L. en T. NANCY ORTEGA MARTÍÑÓN**  
**JEFA DEL DEPARTAMENTO DE EVALUACIÓN PROFESIONAL**  
**DE LA FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA DE LA UAEM**  
**P R E S E N T E**

Por este medio le hago llegar un cordial saludo, al tiempo que le comento que el trabajo de investigación modalidad tesis, intitulado "Turismo gay en la ciudad de Toluca: Una visión social desde el enfoque del Estigma" que presenta el PLT Víctor Manuel Mora Torres. Cumple con los requisitos necesarios establecidos por esta Facultad, por lo que otorgo mi **voto aprobatorio** para que pueda presentarse en examen recepcional.

Sin otro particular, queda de Usted para cualquier duda o aclaración.

**ATENTAMENTE**  
**PATRIA CIENCIA Y TRABAJO**  
**"2014, 70 Aniversario de la autonomía ICLA-UAEM"**



  
Mtra. Martha Garduño Mendoza  
**Asesora**



[www.uaemex.mx](http://www.uaemex.mx)





Toluca, Estado de México, 08 de enero de 2014

**L. EN T. NANCY ORTEGA MARTIÑON**

**JEFA DEL DEPARTAMENTO DE**

**EVALUACIÓN PROFESIONAL**

**PRESENTE**

Anticipándole un cordial saludo, por este medio hago de su conocimiento que la tesis titulada: "TURISMO GAY EN LA CIUDAD DE TOLUCA: UNA VISIÓN SOCIAL DESDE EL ENFOQUE DEL ESTIGMA", presentada por el PLT VÍCTOR MANUEL MORA TORRES, y del cual fui nombrada revisora, cumple con todos los requisitos necesarios para pasar a la etapa final del proceso de titulación.

Cabe señalar que únicamente se hacen algunas observaciones de forma dentro del texto, que bien pueden ser solventadas de manera inmediata. Y que en caso de ser omitidas, no alteran de manera alguna su calidad, toda vez que la información contenida en él está clara, bien fundamentada y argumentada. Por tal motivo, doy por LIBERADA la tesis.

Sin más por el momento, quedo a sus órdenes.

**ATENTAMENTE**

**PATRIA, CIENCIA Y TRABAJO**

**DRA. EN C.S. DIANA CASTRO RICALDE**

**PROFESORA DE TIEMPO COMPLETO DE LA FACULTAD DE TURISMO Y  
GASTRONOMÍA DE LA UAEM**

c.c.p. PLT. Víctor Manuel Mora Torres, egresado de la Licenciatura en Turismo.



*Si el hombre pudiera decir lo que ama,  
Si el hombre pudiera levantar su amor por el cielo.  
Como una nube en la luz;  
Si como muros que se derrumban,  
Para saludar la verdad erguida en medio,  
Pudiera derrumbar su cuerpo, dejando sólo la verdad de su amor,  
La verdad de sí mismo,  
Que no se llame gloria, fortuna o ambición,  
Sino amoroso deseo.  
Yo sería aquel que imaginaba;  
Aquel que con su lengua, sus ojos y sus manos  
Proclama ante los hombres la verdad ignorada.  
La verdad de su amor verdadero*

*LUIS CERNUDA, Si el hombre pudiera decir.*

*La sociedad contemporánea se ha convertido en un gran teatro. Al haber sido educados para comportarnos y actuar de una determinada manera, en vez de mostrarnos AUTÉNTICOS, HONESTOS Y LIBRES (siendo coherentes con lo que en realidad somos y sentimos) solemos llevar una máscara puesta y con ella INTERPRETAMOS A UN PERSONAJE que es el del agrado de los demás. Si bien vivir bajo una careta nos permite sentirnos más cómodos y seguros, con el tiempo conlleva un precio muy alto: la DESCONEXIÓN de nuestra verdadera esencia.*

*PEDRO JARA VERA, Adicción al pensamiento.*



## AGRADECIMIENTOS



*El presente trabajo de investigación no hubiera sido posible sin el apoyo de algunas personas, quienes en diversas circunstancias y de variadas formas contribuyeron a su realización. En este apartado quiero agradecer sinceramente su cooperación:*

***A Dios**, por mostrarme en innumerables ocasiones su bondad y misericordia, especialmente a lo largo de este proyecto. Gratamente agradecido por colocarme en los momentos precisos y con las personas adecuadas.*

***A mi familia**, quienes financiaron no solo esta investigación sino todos mis estudios de licenciatura, además de alentarme a alcanzar mis aspiraciones profesionales. Mi respeto, admiración y más profundo amor para ellos, en especial para mi papá Mario, mi mamá Margarita, mi tía Lenis y mi hermana Magali.*

***A la maestra Martha Garduño Mendoza**, por fungir como asesora y compañera de investigación durante el desarrollo de la tesis. A ella debo la inclusión del estigma para la comprensión del turismo gay y el aprender a valorar la identidad en la práctica turística.*

***A mis amigo(a)s**, cuyo apoyo fue constante a lo largo de estos cinco años. A Karen y Maricela, con quien viví los mejores viajes de mi vida, gracias por motivarme en todo momento para concluir este proyecto. Gracias también a Ana Laura e Israel, por enseñarme a apreciar la diversidad de las personas aún a pesar del estigma que poseen.*

***A los miembros del colectivo LGBTTI del Estado de México**, quienes aportaron información durante el trabajo de campo. Gracias por compartir sus impresiones y experiencias, sin duda apreciaciones valiosas acerca del estigma hacia la homosexualidad y el turismo.*

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>8</b>
<b>DISEÑO METODOLÓGICO</b> .....	<b>12</b>
<b>CAPÍTULO I. ESTIGMA Y TURISMO: UN ACERCAMIENTO TEÓRICO</b> .....	<b>15</b>
1.1 Teoría del Estigma.....	15
1.1.1 Identidad social virtual e identidad social real.....	17
1.1.2 Desacreditado y desacreditable .....	19
1.1.3 Información social.....	20
1.2 Enfoque social del Turismo .....	23
1.3 Turismo Gay .....	26
<b>CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE Y EL RECONOCIMIENTO DEL TURISMO GAY ....</b>	<b>30</b>
2.1 Estado del Arte.....	30
2.1.1 Estigma y su aportación al estudio del sector gay.....	30
2.1.2 Estudios que abordan el turismo gay .....	33
2.2 Reconocimiento del turismo gay en México .....	38
2.3 Atributos distintivos del visitante gay y su reconocimiento en el turismo.....	44
<b>CAPÍTULO III. ESPACIOS DE CONVIVENCIA, ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN EN LA CIUDAD DE TOLUCA</b> .....	<b>48</b>
3.1 La ciudad de Toluca y el desplazamiento del sector gay .....	48
3.2 Características distintivas de los espacios estudiados .....	51
<b>CAPÍTULO IV. ESTIGMA Y TURISMO GAY EN LA CIUDAD DE TOLUCA</b> .....	<b>63</b>
4.1 Aspectos sociales que presentan los visitantes en los espacios gay.....	63
4.2 Información social y reconocimiento entre visitantes homosexuales .....	67
4.3 Desplazamiento turístico: identidad virtual e identidad real.....	72



4.4 Estigma y turismo gay.....	77
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>82</b>
<b>SUGERENCIAS .....</b>	<b>85</b>
<b>FUENTES CONSULTADAS.....</b>	<b>88</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>93</b>
a) Guía de entrevista dirigida a visitantes gay.....	93
b) Guía de observación .....	97

## INTRODUCCIÓN

Desde sus inicios el turismo ha sido un tema de discusión entre los estudiosos de éste y de otras disciplinas (antropología, historia, sociología y geografía, entre otras), así como de los diferentes enfoques que han sustentado su importancia económica, social y cultural. El surgimiento de nuevas tendencias y modalidades de turismo han propiciado el interés por explicar cada una de éstas a partir de ciertos elementos teóricos y metodológicos. Sobre todo porque las formas en que se lleva a cabo la actividad turística son muy distintas de un lugar a otro, y dependen básicamente de las necesidades e intereses de los involucrados.

Se puede decir que el abordaje de determinadas modalidades turísticas está condicionado por las características que las distinguen y los enfoques teóricos imperantes en determinada época, pero especialmente, por la manera en que el investigador concibe y/o entiende las circunstancias relacionadas al objeto de estudio. Es así que las investigaciones de corte económico-administrativo son abundantes, lo cual se debe a que el turismo es percibido muy frecuentemente como una actividad económica y mercadológica, siendo muy significativa la generación de utilidades. No obstante, derivado de la complejidad del fenómeno turístico, el enfoque económico-administrativo no es suficiente para explicar ciertas situaciones.

Siendo el turismo un fenómeno social, hay que destacar que las realidades turísticas no son homogéneas pues presentan una dinámica social propia, en la que intervienen seres humanos, representados por visitantes, pobladores, prestadores de servicios e instituciones, entre otros, por lo que hay que retomar los aportes teóricos de la sociología para su análisis principalmente con relación a aspectos identitarios del individuo. Es así que para el estudio del turismo gay en la ciudad de Toluca se eligió la teoría del estigma de Erving Goffman (2010) en esta propuesta, el estigma es un atributo que vuelve diferente a un individuo de los demás y le produce un descrédito amplio; asimismo, se puede hablar de dos

categorías de estigmatizados: el desacreditado, quien supone que su calidad de diferente resulta evidente en el acto, y el desacreditable, quien puede encubrir su identidad social real a determinadas personas y exponerla a algunas otras.

Además la teoría del estigma permite profundizar en las complejas interacciones sociales entre individuos estigmatizados y cómo el medio en que habitan influye en los desplazamientos hacia lugares que, si bien no se especializan en la atención de corrientes turísticas de este tipo, ofrecen espacios, actividades y servicios que facilitan la convivencia, diversión y esparcimiento de este colectivo, pero lo más importante es que pueden mostrar su identidad social real sin provocar su descrédito entre las personas que los rodean.

En el caso de Toluca, se considera que es una ciudad cosmopolita, sin embargo socialmente aún predomina una postura conservadora, en la que se manifiesta un rechazo social por ciertos grupos; a pesar de este hecho, existen espacios que permiten a ciertos individuos expresarse tal como son. Concretamente los individuos que son homosexuales y que viven en municipios aledaños a esta ciudad, a menudo se desplazan a ésta con el propósito de divertirse y convivir sin temor a ser rechazados o estigmatizados. En este sentido, se puede decir que Toluca tiene potencial como un destino para el turismo gay porque recibe a visitantes que por diversas razones no pueden expresar su preferencia sexual en el lugar en donde residen.

La elección de la propuesta teórica, de los individuos sujetos de estudio y de los espacios de diversión que sirvieron de marco para observar, analizar y comprender la realidad que presentan los homosexuales con respecto al estigma de que son objeto y la relación con el turismo gay que se origina a partir del desplazamiento de estos individuos, quedan plasmadas como se refiere a continuación.

Con el propósito de ordenar la información de forma lógica y congruente, la estructura del documento consta de un diseño metodológico y cuatro capítulos, en cuanto al diseño metodológico su finalidad fue explicar el por qué, el para qué y el

cómo se diseña la investigación, es así que se plantean los cuestionamientos, objetivos e hipótesis, elementos centrales del estudio, también se presentan las delimitaciones y el proceso metodológico que se siguió.

Por lo que se refiere a los capítulos, el primero se denomina “Estigma y turismo: un acercamiento teórico”, aquí se abordan las categorías de análisis de la teoría del Estigma propuesta por Goffman: identidad real, identidad virtual, desacreditado, desacreditable e información social; así como los elementos teóricos referentes al turismo desde un enfoque social y las aportaciones que se han hecho sobre turismo gay y que se retoman para explicar la problemática detectada.

El segundo capítulo se titula “Estado del arte y el reconocimiento del turismo gay”, en éste se expone el avance que se ha tenido en el estudio del turismo gay, así como la manera en que ha sido abordado. Parte importante de este capítulo son las aportaciones teóricas del estigma para el estudio del sector gay; otro apartado versa sobre las investigaciones que han retomado como objeto de estudio al turismo gay. Asimismo, se describen los principales destinos mexicanos asociados al turismo gay y el perfil reconocido de este tipo de turista o visitante.

El tercer capítulo es el que lleva por nombre “Espacios de convivencia, esparcimiento y diversión en la ciudad de Toluca”, en éste se contextualiza a Toluca como un destino que ofrece espacios de convivencia, recreación y diversión para el turismo gay. Entre otros temas centrales que se exponen, destacan: las condiciones que han permitido el desplazamiento de visitantes gay a Toluca, el rol que desempeñan los aspectos sociales de estos visitantes en la convivencia con sus iguales, la dinámica social que viven los individuos al interior de los espacios, así como las instalaciones, actividades y servicios que son ofrecidos al sector gay.

En el capítulo cuatro denominado “Estigma y turismo gay en la ciudad de Toluca”, se procedió a explicar la relación entre los espacios de convivencia, esparcimiento y diversión que se ubican en la ciudad de Toluca y el turismo gay que se fomenta



a partir de los desplazamientos de personas que son estigmatizadas por la sociedad de su entorno inmediato, y de alguna forma son excluidas de actividades vinculadas con el turismo.

Continuando con la misma estructura se presentan las conclusiones en las que se trata de sintetizar los resultados que se obtuvieron del estudio, y que dan evidencia del logro de los objetivos, la comprobación de la hipótesis y la importancia de los constantes desplazamientos por parte de personas que poseen el estigma de homosexuales, generando en la ciudad de Toluca un turismo gay principalmente de fin de semana. A partir de las conclusiones, se creyó necesario hacer algunas propuestas que tienen como propósito seguir fomentando la participación de visitantes gay en el turismo.

## DISEÑO METODOLÓGICO

La importancia de este estudio subyace en que el turismo gay es una modalidad que no se ha abordado como objeto de estudio en la ciudad de Toluca, debido a que es poco perceptible. Por lo que se considera que contribuirá a generar conocimiento acerca de la dinámica de los desplazamientos homosexuales a la ciudad, su relación con la identidad de los visitantes y si realmente puede hablarse de la existencia de un turismo gay.

Las interrogantes planteadas que orientaron la investigación son:

1. ¿En la ciudad de Toluca el sector gay puede llevar a cabo actividades de convivencia, diversión y esparcimiento sin ser estigmatizado?
2. ¿Los espacios de convivencia propician que la comunidad gay comparta atributos sociales e información social?
3. En los espacios de convivencia ¿qué elementos coadyuvan al individuo a ser reconocido?
4. En la ciudad de Toluca, ¿se puede hablar de un turismo gay no estigmatizado?

El estudio comprende los años 2012 y 2013, periodo en el que suceden acontecimientos benéficos para la comunidad gay en Toluca con relación a su aceptación, tal es el caso de la entrega de firmas a miembros de la Cámara de Diputados Estatal, en apoyo a la iniciativa de ley para legalizar los matrimonios entre personas del mismo sexo en el Estado de México, organizada por el Consejo de la Diversidad Sexual del Estado de México y Grupos Vulnerables A.C. en febrero de 2012. Otro evento que sienta las bases para la convivencia del sector gay han sido las Marchas del Orgullo Lésbico, Gay, Bisexual, Travesti, Transgénero, Transexual e Intersexual, teniendo como sede la capital del Estado en el mes de agosto. Se eligió *Skandalo Discoteque*, *Mangú Bar*, *Callejón 506*, *Café&Beer* y *403 Private Club*, por ser reconocidos como espacios de convivencia

que ofertan diversión y entretenimiento a personas homosexuales y por la afluencia que presentan a lo largo de la semana.

El objetivo general de la investigación es analizar desde la teoría del estigma el turismo gay que se desplaza a la ciudad de Toluca para realizar actividades de convivencia, esparcimiento y diversión en espacios en donde muestran su identidad social real entre quienes comparten atributos sociales afines.

En cuanto a los objetivos específicos, se plantearon los siguientes:

- Reflexionar si en la ciudad de Toluca el sector gay puede llevar a cabo actividades de convivencia, diversión y esparcimiento sin ser estigmatizado
- Explicar si los espacios de convivencia propician que la comunidad gay exprese atributos sociales e información social
- Explicar si en la ciudad de Toluca, se puede hablar de un turismo gay no estigmatizado

Por tanto la hipótesis de la investigación se define de la siguiente manera: *Skandalo Discoteque, Mangú Bar, Callejón 506 Café&Beer y 403 Private Club* son espacios de convivencia, esparcimiento y diversión que permiten al turismo gay mostrar su identidad real sin ser estigmatizado, por lo que hay un reconocimiento entre iguales a partir de atributos sociales afines.

Metodológicamente el estudio se sustentó en tres momentos: empírico, documental y de campo; el primero de ellos se refiere a la observación directa que se realizó en *Skandalo Discoteque, Mangú Bar, Callejón 506 Café&Beer y 403 Private Club*, espacios de convivencia, esparcimiento y diversión que ofrece la ciudad de Toluca, los cuales, desde el inicio de la investigación fueron seleccionados con el propósito de observar e interactuar con los visitantes gay que ahí se reúnen, y conocer de cerca el entorno social que les facilita los medios para que se incorporen a la actividad turística, así como las relaciones sociales que se suscitan entre individuos cuyas características principales son su preferencia sexual y el rechazo social de que son objeto.

El trabajo documental incluyó la visita a bibliotecas, hemerotecas, centros de documentación y el acceso a artículos en línea para buscar, identificar, revisar y seleccionar información de fuentes bibliográficas, hemerográficas, archivísticas, así como electrónicas. La finalidad fue recabar la información necesaria para documentar de manera seria temas como por ejemplo: teoría del estigma, identidad y turismo gay, entre otros.

Por último, el trabajo de campo se llevó a cabo mediante observación participante, definida como “el proceso que faculta a los investigadores a aprender acerca de las actividades de las personas en estudio en el escenario natural a través de la observación y participando en sus actividades” (Kawulich, 2005:2); la cual permitió el registro objetivo de aquellos elementos destacados que percibe el observador y considera importantes para la explicación de la realidad.

Otro instrumento fue la entrevista a profundidad, diseñada y aplicada y/o llenada por los visitantes gay que se identificaron en los espacios de convivencia de la ciudad de Toluca, cuidando en todo momento la confidencialidad del informante, su disposición para ser entrevistado y sobre todo la claridad de las preguntas. Por la complejidad del tema, el procedimiento para la aplicación de entrevistas implicó una previa selección de individuos, considerando principalmente su aceptación para entrevistarlos, la concertación de una cita en un lugar más apropiado para ello, así como el día y la hora en que ellos disponían de tiempo.

A partir de lo referido se trató de que la información acerca de las experiencias y los problemas que presenta el sector gay fuera lo más fidedigna posible, y tener elementos más consistentes para sustentar si efectivamente las personas homosexuales son estigmatizadas por la sociedad con la que habitan en sus lugares de residencia, y si ello influye y motiva sus desplazamientos a la ciudad de Toluca para convivir e interactuar con personas que comparten sus gustos, preferencias y el mismo rechazo social.



## **CAPÍTULO I. ESTIGMA Y TURISMO: UN ACERCAMIENTO TEÓRICO**

En este capítulo se explican los elementos teóricos en los que se sustenta la investigación. Primero se aborda la teoría del estigma de Erving Goffman, esta propuesta hace referencia a las interacciones sociales e información social, las cuales permiten tener un marco adecuado para explicar la realidad estudiada. Respecto al turismo se define desde una perspectiva social, distinguiendo las relaciones que se originan durante el viaje con aquellas que en su contexto cotidianamente realiza el individuo. Con referencia al turismo gay se presentan algunas definiciones para entender la forma en la que es concebido, así como algunos elementos que lo caracterizan y su importancia en el ámbito social.

### **1.1 Teoría del Estigma**

La teoría del Estigma es una propuesta teórica del sociólogo Erving Goffman, quien establece al estigma como un espacio de discrepancia entre lo que los individuos realmente son en cuanto a su personalidad se refiere, y aquello que la sociedad espera que sean. Esta diferencia se convierte en un factor de inadaptación, que afecta la manera en como el individuo se desenvuelve dentro de su entorno social.

Dicha teoría toma como referente los atributos que la sociedad espera de determinadas categorizaciones que ella misma formula. Durante el contacto social diario, las personas observan como deseables ciertas características que poseen los individuos, e incluso generan expectativas de los atributos que debieran poseer de acuerdo a su edad o género. Cuando una de estas características no encaja dentro de las categorizaciones formuladas por la sociedad, se presenta el estigma.

Para Goffman (2010) el estigma es un atributo que vuelve diferente a un individuo de los demás y le produce un descrédito amplio. Este rasgo puede imponerse por la fuerza a la atención del resto de las personas y llevarlas a alejarse de un

individuo cuando lo identifican, anulando el llamado que les hacen sus restantes atributos.

El autor clasifica a los estigmas en tres categorías diferentes. Los primeros se refieren a las abominaciones del cuerpo, es decir, las deformidades físicas. Los segundos son los defectos del carácter del individuo que se perciben como poco deseables, entre ellos se encuentran la homosexualidad, las adicciones y el desempleo. Por último se mencionan los estigmas de la raza, la nación y la religión, los cuales pueden ser transmitidos de generación en generación (Goffman, 2010).

Se puede argumentar que la sociedad ejerce discriminación sobre las personas que poseen un estigma, considerando que esta característica las convierte en seres inferiores. Dicha imperfección tiende a asociarse con otras que no siempre están presentes en el individuo, lo que genera una respuesta defensiva por parte del sujeto que es objeto de discriminación. Las personas que tienen trato con el individuo estigmatizado no logran brindar el respeto ni la consideración que merecen los otros aspectos de su identidad.

Derivado de la compleja interacción durante las “situaciones sociales mixtas”, es decir, aquellas donde el individuo estigmatizado convive con los “normales” (personas sin estigma aparente); los integrantes de una categoría particular de estigma tienden a reunirse en pequeños grupos sociales, cuyos miembros derivan de la misma categoría; estos grupos están, a su vez, sujetos a organizaciones que los engloban en mayor o menor medida. En tanto miembro de una categoría, un individuo puede tener una mayor probabilidad de entrar en contacto con cualquier otro miembro, e incluso, de establecer una relación con él (Goffman, 2010).

Para el autor existen estigmas importantes, como la homosexualidad, que los individuos deben ocultar cuidadosamente ante determinada clase de personas, y exponer de manera sistemática ante otras. Por tanto, el individuo que tiene una diferencia secreta se encontrará, durante la rutina diaria y semanal, en tres clases posibles de lugares: espacios prohibidos o inaccesibles donde no puede entrar,

lugares donde es tratado cortés y a veces penosamente, y espacios donde puede exponerse y no necesita ocultar su estigma (Goffman, 2010).

Se deduce entonces, que el estigma es una señal colocada socialmente sobre las personas para provocar un descrédito amplio, que deriva en un trato discriminatorio hacia quienes son diferentes en determinados aspectos. Esto provoca que en el contexto cotidiano, la interacción de estas personas se torne complicada y les genere problemáticas, reduciendo su calidad de vida en lo que a convivencia social se refiere.

Es por ello que gran parte de los individuos que poseen un estigma que no es visible, pero rechaza la sociedad, tratan de ocultarlo; y cuando se trata de un estigma visible, buscan un mecanismo para aminorar el efecto que éste tiene en público. De cualquier manera, las personas con un estigma asumen comportamientos que les faciliten la aceptación y convivencia que les son negados en su entorno social cotidiano.

Hay condiciones o circunstancias en las que el individuo tiene cierta libertad para mostrarse tal cual es, y proviene del hecho que hay espacios en los que es acompañado por quienes poseen un estigma igual o parecido. Razón por la que el individuo se sentirá cómodo entre sus acompañantes, descubriendo que existen personas que al igual que él aprovechan determinadas circunstancias de espacio y de tiempo para exhibir su verdadera identidad. Estas divisiones espaciales de la identidad del individuo, en la teoría del estigma, se definen en términos de identidad social real y virtual.

### **1.1.1 Identidad social virtual e identidad social real**

Los conceptos de identidad social virtual y real tienen relación directa con la forma en como el individuo maneja el estigma en su ámbito social. En términos de su identidad, las personas hacen una distinción entre aquello que les requiere la sociedad y lo que realmente consideran como propio para el caso de su personalidad.

La identidad social virtual se refiere a “las demandas que formulamos y el carácter que atribuimos al individuo” (Goffman, 2010:14). En la interacción social, desde el momento en que un individuo desconocido se presenta ante el resto de las personas, estas comienzan a imputarle ciertas características comunes o deseables de acuerdo a la categorización social a la que supuestamente pertenece. Ello conforma su llamada “identidad social virtual”.

Al respecto, el autor menciona que:

el intercambio social rutinario en medios preestablecidos nos permite tratar con *otros* previstos sin necesidad de dedicarles una atención o reflexión especial. Por consiguiente, es probable que al encontrarnos frente a un extraño las primeras apariencias nos permitan prever en qué categoría se halla y cuáles son sus atributos (Goffman, 2010:14).

Ello significa que las apreciaciones que se hacen anticipadamente de una persona pueden transformarse de expectativas normativas a demandas rigurosamente presentadas. Sin embargo, no siempre dichas anticipaciones son satisfechas completamente por los individuos, lo que da origen al concepto de identidad social real.

Por identidad social real se entiende a “la categoría y los atributos que, de hecho, según puede demostrarse, le pertenecen” al individuo” (Goffman, 2010:14). Son las características que el individuo posee, independientemente de si éstas concuerdan o no con las expectativas de la identidad social virtual. La identidad social real representa características vergonzosas o poco apetecibles para un grupo específico de personas.

Se infiere entonces que, debido a las construcciones sociales que de antemano tienen las personas acerca de lo “apropiado”, se cuenta con una serie de expectativas a las que el individuo debe ajustarse. Y en caso de no ser así tienen que aparentar la presencia de atributos sociales diferentes a su identidad real, mostrando una identidad virtual o asumir el rechazo social. Es así que la sociedad puede o no distinguir de manera inmediata si la identidad social virtual y la



identidad social real tienen alguna discrepancia, lo cual cambia la condición del individuo estigmatizado. Surgiendo lo desacreditado y lo desacreditable, mismos que afectan de manera importante las relaciones que establece la persona estigmatizada con el resto de los individuos, incluso con sus iguales.

### **1.1.2 Desacreditado y desacreditable**

Durante el contacto social se presenta una cuestión importante en relación a si el individuo estigmatizado supone que su calidad de diferente resulta evidente o, por el contrario, no es inmediatamente perceptible para quienes lo rodean. En este sentido, desacreditado es el individuo que considera que su calidad de diferente ya es conocida o resulta evidente en el acto, mientras que el desacreditable supone que su calidad de diferente no es conocida por quienes lo rodean ni inmediatamente perceptible para la sociedad (Goffman, 2010).

Por la visibilidad de su estigma el desacreditado es discriminado con mayor facilidad, provocando una respuesta defensiva ante su defecto. Puede descubrir que se siente inseguro acerca del modo en como el resto de la sociedad va a identificarlo y recibirlo. Cuando se fija la atención en una persona estigmatizada, es posible que ésta sienta que estar presente entre los “normales” la expone a ser invadida en su intimidad (Goffman, 2010).

Tanto para los desacreditados como para los “normales”, muchas veces los contactos entre sí resultan molestos. El estigma en este caso aísla a la persona de aquéllos con quienes no comparte su estigma, aunque posiblemente advertirá que existe gente dispuesta a adoptar su punto de vista en el mundo y a compartir con él el sentimiento de que es humano y esencialmente “normal”.

Por otro lado, la segunda posibilidad importante en la vida de una persona estigmatizada aparece cuando su diferencia no se revela de un modo inmediato y no se tiene de ella un conocimiento previo. En este caso, el problema no consiste en manejar la tensión que se genera durante los contactos sociales, sino más bien

en manejar la información que se posee acerca de su deficiencia. Es decir, cómo mostrar u ocultar la información, ante quiénes y de qué manera (Goffman, 2010).

Todas las acciones encaminadas al encubrimiento de la identidad real tienen como fin reducir la tensión que el conocimiento del estigma provocaría en las relaciones sociales que establezca el individuo. Así, la información social tiene un papel preponderante en el estigma, ya que el reconocimiento de esa información determina el que una persona sea percibida como desacreditada o desacreditable.

Se puede comentar que la calidad de desacreditado y desacreditable representa una diferencia importante en relación al trato que recibe el individuo estigmatizado por la sociedad. Las situaciones son complejas para el desacreditado en cuanto a la tensión de los contactos sociales se refiere, ya que es prácticamente imposible disimular su defecto, siendo prioridad la búsqueda de mecanismos para aminorarlo en la medida de sus posibilidades.

Para el individuo desacreditable, éste debe ser muy hábil al ocultar su estigma, analizando las conductas o actitudes que demuestran la posesión del defecto y cuales las disimulan. Así, él podrá exhibir una serie de comportamientos que le permitan insertarse en su ámbito social cotidiano sin mayor problema, e incluso si así lo decide, convivir con aquellos que comparten su defecto. Ello dependerá del manejo que haga de su información social.

### **1.1.3 Información social**

La información social está referida a características más o menos permanentes que son transmitidas por la persona, y ello ocurre a través de la expresión corporal, en presencia de aquellos que reciben la expresión. Dichas características más o menos permanentes se contraponen a los sentimientos, estados de ánimo e intenciones que el individuo puede tener en un momento particular (Goffman, 2010).

Su transmisión puede llevarse a cabo a través de símbolos, que son “algunos signos portadores de información social” que “pueden ser accesibles en forma

frecuente y regular, y buscados y recibidos rutinariamente” (Goffman, 2010:63). Los símbolos pueden reafirmar lo que otros signos expresan del individuo, confirmando la imagen anticipada que de él se tiene.

Asimismo pueden existir signos “especialmente efectivos para llamar la atención sobre una degradante incongruencia de la identidad, y capaces de quebrar lo que de otro modo sería una imagen totalmente coherente, disminuyendo de tal suerte nuestra valoración del individuo” (Goffman, 2010:63). Éstos son los llamados símbolos de estigma.

El cúmulo de características que representa la información social sirve en determinados momentos para comunicar el estigma que un individuo posee. Lo que las personas perciben acerca de un individuo en su convivencia diaria es de vital importancia. Cuando el individuo decide llevar a cabo un plan de acción relativo a su estigma, deberá de tomar como punto de partida la información social que habitualmente se transmite acerca de él.

Si un símbolo es identificado, se dice que hay un reconocimiento, éste puede ser cognoscitivo, cuando se “ubica” a un individuo en tanto poseedor de una identidad social mediante un acto de percepción; o social, cuando se conoce a la persona con anterioridad, asignándole un papel en una ceremonia de comunicación (Goffman, 2010).

El control de la información sobre la identidad tiene un valor significativo en las relaciones. El control puede llevarse a cabo a través del manejo de los símbolos de estigma, dependiendo las circunstancias en las que se encuentre la persona. Para que el individuo maneje su identidad de manera conveniente, es necesario que distinga a quién puede o debe proporcionar información abundante y a quién únicamente dar mínima información.

Así, el área de manejo de un estigma puede entonces considerarse como algo que pertenece fundamentalmente a la vida pública, al contacto entre extraños o simplemente conocidos. Por consiguiente, en lugar de pensar en un continuo de

relaciones entre el encubrimiento total y la aceptación total del estigma, sería más conveniente pensar en una variedad de circunstancias en las que aparecen discrepancias entre la identidad social virtual y la identidad social real (Goffman, 2010).

Derivado de lo expuesto, es posible argumentar que la información social es, no solamente un factor clave para la identificación de un estigma, sino también un elemento importante durante la interacción que hay entre el portador de un estigma con sus iguales y con las personas “normales”. De cierta forma, la información social permite que aquellos que ostentan el mismo defecto no visible puedan reconocerse y entablar comunicación en contextos específicos.

Los símbolos de estigma y la información social pueden ser analizados desde el punto de vista del encubrimiento ante la sociedad en general o desde la convivencia de los estigmatizados en espacios a donde concurren. El cómo se identifican y lo que esta información expresa de ellos contribuye a reafirmar su identidad real o también a disimularla. Todo dependerá del manejo de la información y ante quiénes.

A manera de conclusión sobre los elementos teóricos de la propuesta del estigma de Goffman, es posible afirmar que esta teoría constituye una visión que abre una perspectiva diferente para el análisis de las relaciones sociales. Implica una forma distinta de abordar la construcción de la identidad a través de categorizaciones formuladas por la misma sociedad que determinan la manera en cómo se dan las interacciones sociales. Es decir, ayuda a comprender ciertas conductas de inadaptación de las personas que la poseen, una característica indeseable en su identidad.

Siendo el estigma un factor fundamental que facilita la discriminación, puede decirse que en cierta forma, es una teoría que explica la inferioridad de las personas en tanto que son diferentes. Las categorizaciones sociales se muestran rígidas ante la diversidad de las personas en su identidad social, generando

mecanismos que condenan los atributos que no son bien vistos por el ideario colectivo de la sociedad.

La concepción del normal y el estigmatizado no son tanto clasificaciones como puntos de vista, ya que en determinados momentos o ámbitos de la vida se puede asumir los dos papeles. Aquí una aportación importante es la forma en la que se explica la aceptación social de la persona estigmatizada para lograr el reconocimiento tan necesario para la construcción y/o enriquecimiento de su identidad.

## **1.2 Enfoque social del Turismo**

El turismo como campo de estudio se ha caracterizado por la contribución de varias disciplinas para ser abordado a partir de intereses académicos específicos, sin embargo, como bien lo señala Montaner “el turismo como objeto de estudio y análisis científico, no constituye aún una especificidad, sino un fenómeno examinado desde diversas ópticas y enfoques” (Montaner et al., 1998).

Debido a la pluridimensionalidad del turismo, existe un mayor número de disciplinas que concentran esfuerzos para el estudio de uno o varios aspectos del turismo, por lo que a continuación se enuncian algunas.

Tribe (1997) refiere que los estudios académicos en el ámbito turístico comprenden dos campos: aquéllos de corte administrativo y el “resto” asociados con la sociología, geografía, entre otras disciplinas. La contribución de estas últimas es evidente en muchos aspectos de los estudios turísticos y pueden ofrecer valiosas percepciones dentro del fenómeno turístico. Las ciencias sociales representan una oportunidad para un riguroso acercamiento del turismo urbano (en Hughes, 2006).

Por tanto, siendo el turismo una actividad realizada por el ser humano, se le ha abordado desde un enfoque social-antropológico por diferentes autores. Tal es el caso de Manuel Ramírez Blanco (1992:8), quien refiere que:



Si bien el fenómeno turístico es un complejo de carácter socioeconómico...la actividad económica que presenta la realidad turística debe estar siempre supeditada, o tomar muy en cuenta a las leyes socio-culturales por las que se rige la dinámica de la corriente turística. La estructura del fenómeno turístico se mueve básicamente en el campo sociocultural.

Al respecto se dice que los sociólogos examinan al turismo “en cuanto al estímulo que provoca en los cambios de la estructura social y en los comportamientos transpersonales, reflejados en los grupos, organizaciones, sociedades y masas” (Montaner et al, 1998: 370). Es decir, a través de este enfoque se analizan los fenómenos sociales que se derivan del desplazamiento de personas y las interacciones que se presentan con los habitantes del lugar al que arriban.

El análisis sociológico del turismo se ha concentrado básicamente en aspectos íntimamente relacionados con el objeto de estudio de la sociología; el ser humano como ente individual y social. Siendo importante el comportamiento de individuos y de grupos durante los viajes, así como de las relaciones entre los turistas y residentes locales (Monterrubio, 2011).

Oscar de la Torre (1980: 23) conceptualiza al turismo como:

un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.

Este concepto le otorga un papel preponderante a las interrelaciones generadas del desplazamiento, el cual es motivado por cuestiones ajenas a las actividades remuneradas. Asimismo al señalarlo como un “fenómeno social”, se aleja del ámbito económico, en donde lo caracterizan como una actividad generadora de ingresos.



Continuando con este enfoque social, Boullón (1983:89) asocia al turismo con elementos como el tiempo libre y la recreación, definiéndolo como: “un fenómeno social producto de otro fenómeno social: el tiempo libre institucionalizado, que se consolida y desarrolla gracias a los avances de la civilización moderna alcanzados en materia de desarrollo de los sistemas de transporte”. En esta concepción el ocio es entendido como una condición o estado interior creativo que se proyecta al conjunto de actividades del hombre.

Acerenza argumenta que la recreación es parte del tiempo libre, ya que representa: “cualquier tipo de uso que el hombre haga de su tiempo libre, siempre que este uso se realice en una actitud placentera...siendo por lo tanto el turismo una forma particular de recreación” (en Boullón,1983:91). Sin embargo, existe una diferencia esencial entre turismo y recreación relacionada con el tiempo, ya que esta última está calificada por periodos inferiores a 24 horas, mientras que el turismo se desarrolla en un periodo mayor a este tiempo (Boullón, 1983).

Visualizando al turismo como una actividad que rompe con las actividades cotidianas, también se considera que “el turismo significa que la gente se aleja de los vínculos puritanos de la vida normal, el anonimato se asegura fuera de casa y se dispone del dinero para gastarlo hedonistamente” (Mathieson y Wall,1990: 193). Lo anterior implica una visión del turismo como una forma de expresión del individuo en espacios distintos a los que se desenvuelve de cotidiano, lo que posibilita la realización de actividades que le permiten divertirse, convivir y desarrollarse personalmente.

Complementando lo ya dicho, Gaxiola (2010) afirma que con el viaje las cuestiones de raza, género y estrato económico, quedan en segundo plano; el desplazamiento propicia un efecto liberador en el comportamiento del viajero, la moral se relaja y lo que no es permitido hacer en su ambiente habitual, bajo el anonimato del viaje puede hacerse.

Con base en las aportaciones que hacen los diferentes autores, se puede comentar que turismo, tiempo libre y recreación son conceptos estrechamente

vinculados en la realización de actividades lúdicas, que permiten a quienes se desplazan de su lugar de origen a otro distinto, llevar a cabo actividades que cotidianamente no pueden realizar en su ámbito de residencia.

Además, el enfoque social del turismo permite analizar las interacciones que se suscitan entre los diversos actores que en él intervienen (turistas, residentes del destino, prestadores de servicios y autoridades, entre otros), ya que el viaje posibilita la interacción social con otros individuos e incluso, en ciertos casos, coadyuva a reafirmar rasgos de personalidad. Durante la estancia del turista o visitante en un lugar determinado, el contacto con otras personas puede representar una oportunidad para convivir y conocer a otros individuos, más allá del interés mismo por visitar determinados atractivos.

Es decir, el turismo posibilita a quien lo practica, abandonar temporalmente hábitos y actividades que le son asignados por la sociedad de la que forma parte en su lugar de origen, y expresar su identidad tal cual, en los destinos que visita. Ello es una muestra de que el turismo tiene una importante connotación social para muchos sectores sociales, tal es el caso de las personas con preferencias sexuales diversas.

### **1.3 Turismo Gay**

El turismo a lo largo del tiempo ha evolucionado y se presenta en muy diversas formas de viaje, dando origen a modalidades con características específicas, las cuales se diferencian unas de otras ya sea por el tipo de actividades que se realizan durante sus desplazamientos y/o estancias o por el tipo de personas a los que van dirigidos. Entre ellas se encuentra el turismo gay.

Hablar de turismo gay significa analizar a cierto tipo de personas, cuyas preferencias sexuales distintas a la heterosexual han sido censuradas durante mucho tiempo tanto en México como en el mundo. Con base en la revisión de documentos especializados sobre el tema, se puede comentar que es poco lo que

se ha escrito acerca de turismo gay, como ejemplo de ello en el siguiente apartado se plasman algunos estudios.

En la tesis titulada: *Efectos del turismo gay en Puerto Vallarta* se conceptualiza al turismo gay como: “aquella modalidad de turismo caracterizada por estar integrada o constituida por una corriente, empresas y atractivos turísticos, especiales para satisfacer las necesidades de los visitantes gays” (López y Rodríguez, 2002: 10). Este concepto engloba a todos los servicios ofertados para los visitantes cuya preferencia sexual es diferente a la relación hombre-mujer.

En la misma obra se menciona que es una nueva modalidad dentro de la corriente turística que hace referencia a los viajeros que por sus preferencias sexuales son catalogados como homosexuales (López y Rodríguez, 2002). En otras palabras el turismo gay incorpora tanto a hombres como mujeres, que tienen preferencias sexuales hacia individuos de su mismo género; no especificando a otros colectivos como los bisexuales, transexuales y/o travestis.

Para la Comunidad de Madrid, el turismo gay refiere a los visitantes atraídos por la oferta turística homosexual, que incluye hoteles, bares, restaurantes, cafeterías, discotecas, peluquerías, gimnasios y todo tipo de comercios dirigidos al público LGBT es decir, el colectivo de lesbianas, gays, bisexuales y transexuales (SECTUR, 2009). Aquí se aprecia un marcado interés por brindar una oferta de servicios, más que interesarse por el turista y sus motivaciones de viaje.

La Secretaría de Desarrollo Turístico de Guanajuato (s/f) ubica al turismo gay como parte de una modalidad más amplia denominada “turismo para adultos”. Bajo este enfoque define al turismo gay como una tendencia que consiste en atender las necesidades de los homosexuales de cualquier edad en el sentido sexual o de interacción con otras personas, cuyo fin sea el encontrar una pareja estable o no. Igualmente destacan la importancia del sector gay en cuanto a beneficios económicos se refiere y la posibilidad de su aprovechamiento para el sector hotelero.

Las vacaciones pueden proveer a los hombres gay la oportunidad para disfrutar de otras actividades recreativas en diferentes espacios. Al mismo tiempo, las vacaciones también ofrecen a los gays la oportunidad de confirmar y modificar su identidad fuera de las restricciones sociales actuales en sus lugares de origen (Monterrubio, 2009).

Los viajes, en otras palabras, son susceptibles de contribuir a la creación parcial y a la validación y cambio temporal de la identidad de cada hombre gay. Sin embargo, en muchos casos también hay una necesidad particular de socializar con otros y tener acceso a espacios gay o, al menos, evitar la homofobia (Hughes, 2006).

Herrera y Scott (2005), examinaron el uso y significado de los viajes recreativos de las personas gay, mostrando que los homosexuales se sienten forzados a viajar a espacios en donde ellos puedan expresar libremente su identidad sexual. Descubrieron que los desplazamientos a las grandes ciudades, donde bares, clubes, vapores, cafés, y otros espacios gay están disponibles; es una estrategia común para escapar de la cultura heterosexual restrictiva (en Monterrubio, 2009).

Debido a la importancia que revisten los viajes para el sector homosexual se ha creado el IGLTA (International Gay & Lesbian Travel Association), asociación de gran importancia a nivel internacional relacionada con el turismo y los negocios LGBT, siendo la única organización de este tipo que pertenece a la Organización Mundial del Turismo (OMT). Se encarga principalmente de utilizar el poder de los viajes LGBT para fomentar el entendimiento entre las diversas comunidades alrededor del mundo (IGLTA, 2012).

Se deduce que, la teoría del estigma ayuda a explicar acontecimientos o problemáticas que afrontan algunos grupos sociales, un ejemplo es el sector gay, el cual desde hace mucho tiempo y en diferentes partes del mundo, ha sido de los más estigmatizados, condicionando a los homosexuales a ocultar sus preferencias sexuales.

Además amplía las posibilidades para explicar la forma en que se presenta el turismo gay en la ciudad de Toluca, particularmente en este estudio se averiguó que el turismo gay surge como una forma de expresión de la sexualidad del individuo homosexual en un ambiente distinto al habitual en donde generalmente no tiene muchas opciones para reunirse, convivir y divertirse, por lo que busca otros espacios, preferentemente, localizados lejos de su residencia.

En un contexto más general, se puede comentar que los destinos turísticos gay, no solo brindan al visitante sus atractivos culturales y naturales, sino también un ambiente que les permite expresar su identidad, ante desconocidos que no lo discriminan y con los que se relaciona socialmente sin preocuparse por su condición social de estigmatizado.

Por último, es importante mencionar que se carecen de estudios acerca del sector gay con relación al turismo y lo fundamental que son los espacios de convivencia, esparcimiento y diversión en el reconocimiento de su identidad social. Por lo que se considera que la teoría del estigma brinda una gama de posibilidades para el abordaje del turismo y de aquellos grupos sociales que por poseer ciertas características que los distinguen de los demás, son excluidos o rechazados socialmente.

## CAPÍTULO II. ESTADO DEL ARTE Y EL RECONOCIMIENTO DEL TURISMO GAY

### 2.1 Estado del Arte

Para poder realizar el análisis en torno al turismo gay desde el enfoque del estigma, se creyó conveniente referir aquello que se ha investigado y que muestra las diversas caras del turismo, así como los aportes que se han generado sobre turismo gay, el cual ha sido reconocido en destinos caracterizados como *gay-friendly*.

Es así que se procedió a buscar, revisar, seleccionar y analizar los documentos existentes cuyo objeto de estudio estuviera centrado o vinculado con el estigma, la comunidad gay, y por supuesto el turismo gay. A partir de la información rescatada se presentan de manera coherente y ordenada los hallazgos más significativos, los cuales ayudan a comprender la importancia del tema en el contexto general y en particular en el ámbito del turismo.

#### 2.1.1 Estigma y su aportación al estudio del sector gay

Diversos investigadores han recurrido a la teoría del estigma para analizar a sectores sociales marginados, como por ejemplo: grupos de jóvenes, prostitutas y homosexuales; sus estudios se han sustentado en la propuesta teórica de Goffman, destacando categorías como la identidad virtual, identidad real, así como los tipos de estigma. A continuación se presentan algunas reflexiones que se han realizado en torno al tema.

Callejas y Piña (2005), externan que el estigma social se convierte en un impedimento para el desarrollo de la juventud; mencionan a la familia y a la escuela como los lugares y espacios más cercanos donde más se percibe la discriminación hacia los jóvenes. En el caso de México, entre los factores que frecuentemente conducen a la discriminación destacan: la edad, clase social, color, grupo étnico, creencias religiosas, sexo y sexualidad. Para el caso



específico de los jóvenes entre los principales estigmas señalan a la discapacidad, la posición social, el embarazo, el género y la preferencia sexual, así como la diversidad de ideas, la apariencia y la religión.

Con relación a la teoría del estigma, Callejas y Piña refieren que el “estigma” logra obtener un *status* teórico en la sociología a través de las formulaciones de Erving Goffman. En su estudio utilizan como categorías de análisis la identidad virtual y real, sin embargo, destacan que el estigma debe entenderse como una serie de atributos desacreditadores desde la relación entre atributo y prototipo, enfatizando que el atributo en si no implica lo ignominioso sino, que es en relación con el prototipo (Callejas y Piña, 2005).

Anna Freixas Farré y Dolores Juliano Corregido (2008), presentan un estudio cuyo propósito fue conocer los efectos que puede producir la estigmatización en la construcción de la autovaloración dentro del colectivo de prostitutas. Acerca de la teoría, las autoras comentan que los trabajos de Goffman sobre la construcción social del estigma han abierto una perspectiva fructífera para el análisis de las relaciones sociales asimétricas. Puntualizan que el estigma es un atributo que provoca discriminación, por lo que una de las reflexiones que hacen al respecto, es que una persona o grupo que padece habitualmente estigmatización puede sortearla disimulando la actividad que la sociedad liga al estigma que identifica a la persona.

Paulina Vidal Pollarolo (2002) a partir de la identidad estigmatizada, explica que la identidad de la mujer que ejerce la prostitución se construye en torno al estigma, al rótulo de ser diferente, de ser indigna de aceptación social. A semeja la identidad deteriorada de Goffman a la identidad estigmatizada. La autora destaca que dentro de la teoría del estigma lo fundamental no es el atributo en sí, sino la connotación social que tiene ese atributo, ya que puede desacreditar o no a un individuo según la connotación que tenga dentro del contexto social en el que él se encuentre. Para el caso de la prostitución retoma los estigmas de comportamiento,

que son sancionados socialmente, como principal categoría de análisis, así como la calidad de desacreditable en las mujeres que ejercen la prostitución.

En un ámbito más específico, debido a que la comunidad gay es uno de los sectores mayormente estigmatizados, han surgido distintas investigaciones, en las cuales de manera directa o indirecta los autores han retomado los postulados de Goffman para explicar la realidad social homosexual.

Entre los estudios que abordan la identidad gay desde el enfoque del estigma, se ubicó el que presenta César Octavio González Pérez (2001), el autor manifiesta su interés con relación a que la sociedad comprenda el mundo de los homosexuales. Explica que el surgimiento de la identidad gay es una categoría de los homosexuales para confrontar colectivamente sus espacios y su territorio. Como precedente se menciona que el sexo no determina los atributos sociales, es la cultura la que ayuda a determinarlos. El género concebido como “lo masculino” y “lo femenino” no está dado por la naturaleza, es una construcción social. Por tanto, los individuos no nacen mujeres o varones (culturalmente hablando), sino son contruidos debido a una serie de prescripciones, regulaciones y tabúes creados por los hombres y para los hombres y mujeres.

González Pérez expone que el heterosexismo genera homofobia, entendida como el poder de unos para dominar a los otros que se escapan del modelo heterosexista, y hacer operativas acciones que buscan la supresión de esa diferencia. Como parte de su planteamiento, cuestiona el por qué hay un discurso que estigmatiza a los homosexuales, y su respuesta es que inicialmente la institución que avaló la homofobia fue la Iglesia cristiana, y su poder ideológico y coercitivo permeó a otras estructuras de poder. Cita que hasta principios del siglo XX, había una identidad claramente definida: la del heterosexual, la cual se reificaba con la ayuda de los *otros* que eran vistos como anormales: los homosexuales (González, 2001).

Con respecto a la teoría del estigma, González retoma como categorías de análisis a la identidad social real e identidad social virtual, para afirmar que los

homosexuales hasta ese entonces eran concebidos socialmente bajo una “identidad virtual” y, de antemano, estigmatizada por ser desviante al heterosexismo. Así, la palabra *gay* surgió como un mecanismo de auto adscripción de los homosexuales para escapar de las taxonomías peyorativas que les eran impuestas. Se retoma la definición que hace Goffman con relación a la *comunidad de estigmatizados*, señalando que es aquella donde se hallan integrados individuos como grupos culturales que comparten un mismo tipo de devaluación ante los *otros* considerados como *normales*.

En los trabajos exhibidos se puede apreciar las distintas problemáticas relacionadas con diferentes grupos sociales que son rechazados o estigmatizados debido a ciertas características que los hacen diferentes del resto de la sociedad. En ese sentido, los autores se apoyan de la propuesta teórica del estigma para analizar las formas de comportamiento que afectan las interacciones sociales de esos colectivos, los cuales para relacionarse con sus iguales o con los “otros normales” hacen uso de su información social.

### **2.1.2 Estudios que abordan el turismo gay**

En este apartado se hace alusión al tema sobre turismo gay y la forma en que ha sido trabajado, para ello se eligieron algunos estudios que refieren sobre todo el interés que hay por definir el perfil de la demanda gay, así como la oferta que se debe de implementar para la captación de este sector, señalando su importancia para el ámbito del turismo en general.

Moner (2007), a partir de una perspectiva económico-administrativa analiza la oferta y demanda homosexual, con la idea de generar estrategias que permitan mejorar el *marketing* de este segmento. Es así que define las peculiaridades de la demanda turística homosexual en cuanto a sus necesidades y expectativas y con base en ello expone una serie de estrategias de *marketing* a seguir por aquellas empresas del sector turístico, asumiendo que la oferta existente no llega a satisfacer la demanda y/o no cubre de forma adecuada las necesidades de este segmento de mercado. Destacando el importante potencial del mercado turístico

homosexual dada su elevada preferencia a viajar, su poder adquisitivo y sus necesidades y deseos diferenciados, sin olvidar que tradicionalmente el turista gay se ha decantado por los destinos de sol y playa y las grandes ciudades, los cuales tienen en común una amplia oferta de establecimientos de ambiente.

Álvaro López López y Rosaura Carmona Mares (2008), analizan al turismo sexual masculino-masculino que se lleva a cabo en la Ciudad de México, centrándose en la visión territorial del turismo sexual entre hombres de la ciudad, ya que tipológicamente este destino es asociado a una mayor diversidad de sitios gay para turistas, un ejemplo es la Zona Rosa, espacio por excelencia para el turismo gay. Precisamente en estos espacios surge el nexo entre turistas y pobladores locales a través de interacciones sexuales. De acuerdo con los autores, este turismo se trata en la mayoría de los casos de un turismo sexual-gay de elevado nivel de gasto, al cual se suma otro también caro: el que se da vía Internet o telefónica.

Por su parte Ruth Gaxiola Aldama (2010), elige como campo de estudio al turismo sexual masculino, teniendo como referente a los agentes y las prácticas sexuales espacio temporales. Para su análisis, elige tres espacios públicos de Tijuana en donde identifica a los diferentes agentes que intervienen en el turismo sexual masculino, las prácticas sexuales espacio temporales que se establecen entre ellos, así como los lugares donde realizan sus prácticas.

También se dice que el *turismo gay* o *turismo rosa* se caracteriza porque los/las turistas gay y lesbianas eligen destinos previamente identificados como gay o *gay-friendly* para vacacionar y dejan una mayor derrama que el turismo heterosexual. Además las motivaciones que este segmento de viajeros tiene para elegir un destino y realizar un viaje no son diferentes a las de los viajeros heterosexuales, ya que en ambos está presente la necesidad de escape del trabajo” (Pitchard et al en Gaxiola, 2010).

Los turistas gay mencionan que esas vacaciones tienen un enfoque sexual y les sirve en la construcción de su identidad homosexual, ya que según Bell (1991)

para los gays en particular, la sexualidad es una dimensión superior en la formación de su identidad. Lo mismo puede suceder con algunos turistas heterosexuales que no aceptan públicamente su homosexualidad, ya que el viaje les permite escapar de su vida cotidiana, de las normas morales impuestas por la sociedad y participar en encuentros homosexuales que no realizarían en su lugar de origen.

Por lo que se puede hablar de una censura social que provoca que las vacaciones sean un agente particular e importante en la construcción y validación de la identidad. Incluso para autores como Hughes (1997) existe un grado de congruencia entre la identidad homosexual y el turismo, en el sentido de que la aceptación de esta identidad depende del hecho de ser un turista, ya que al encontrarse lejos del hogar se escapa de las restricciones sociales y la intolerancia y, además, se está en condiciones de ejercer la sexualidad con mayor libertad (en Gaxiola, 2010).

Gaxiola (2010) manifiesta que frecuentemente al estudiar el turismo gay se enfatiza en la necesidad de sentirse seguros entre personas que tienen la misma mentalidad, así como en el deseo de escapar de la heteronormatividad hacia los *espacios gay* (Hughes, 1997; Lück, 2004; Monterrubio, 2006 y Pitchard, 2000). En la cita que hace la autora de Clift y Forrest (1997) se indica que las tres principales dimensiones en las motivaciones de los turistas gay para viajar son: 1) vida social y sexo gay; 2) cultura y observación, y 3) confort y relajamiento.

La autora señala que las campañas que promocionan el turismo gay continúan manejando un estereotipo del hombre gay y la lesbiana de origen racial blanco, burgueses, con solvencia económica y con formación profesional. Sin embargo, su contribución contradice este paradigma, al mostrar la dinámica de la prostitución homosexual en un destino fronterizo, ejercida tanto por locales como por extranjeros (Gaxiola, 2010).

Uno de los autores más reconocidos por sus aportes sobre el turismo gay es Howard L. Hughes (2006), quien menciona que son diferentes las motivaciones y



experiencias vacacionales entre homosexuales y heterosexuales, explicando que es un tipo particular de turismo que implica interacciones vacacionales con otros gays y lesbianas. Sugiere que mucha de la información acerca de gays, lesbianas y sus vacaciones ha sido obtenida de investigaciones de mercado realizadas por organizaciones comerciales para conocer el potencial de éste mercado.

En cuanto a las cuestiones sociales gay, Hughes acota que debido a que gran parte del tiempo los hombres gay viven en áreas dominadas por el heterosexismo, las actividades recreativas y vacaciones tienen un significado particular para ellos, ya que esto les provee de oportunidades significativas para construir, confirmar y/o cambiar su identidad sexual (Hughes, 2006).

La aceptación de la identidad gay puede implicar el seguimiento de ciertas actividades recreativas en espacios de concentración como bares, clubes, cafés, tiendas, residencias y espacios públicos, que permitan la validación de la identidad a través de relacionarse con otros. Los hombres gay pueden elegir viajar motivados por buscar un ambiente anónimo en el cual ser gay no les implica ser rechazados.

Derivado de ello, el autor menciona que las vacaciones proveen al gay la oportunidad para mostrarse tal cual es, aunque sea temporalmente; por lo que la identidad gay puede ser adoptada y confirmada “en secreto”. Durante este lapso de tiempo, el hombre gay puede ser gay todo el día y cada día, algo que es poco probable en su hogar (Hughes, 2006).

Otro investigador que se ha interesado por el tema gay y turismo es Juan Carlos Monterrubio (2009), sus indagaciones son acerca del reconocimiento de dos aspectos relevantes en los viajes gay, la identidad y el sexo, cuestiones que para el autor diferencian al turismo gay de otras modalidades de turismo y se relacionan con aspectos sociales derivados de la temática homosexual.

La identidad comúnmente juega un papel crucial como una razón de viaje en el turismo. Particularmente, un ambiente *gay-friendly* y algunas veces la existencia



de una industria turística gay, son frecuentemente factores significativos para la elección del destino. El turismo le provee a los hombres gay la oportunidad de ser ellos mismos por lo que se puede decir que el turismo y la identidad sexual están relacionados intrincadamente (Hughes en Monterrubio, 2009).

Monterrubio enfatiza que algunos estudios concluyen que existe una necesidad particular de estar con otros gays y tener acceso a espacios gays y a lugares *gay-friendly*. Por ejemplo, Clift y Forrest (1999) encontraron que confort, descanso y relajación son importantes para los gays cuando planean vacaciones, mientras que para Pritchard et al (2000) la necesidad de seguridad, sentirse cómodo con personas de su misma mentalidad y escapar del heterosexismo emergen como factores clave al elegir unas vacaciones. Ambos coinciden en que la necesidad de escapar de las presiones de ser gay es percibida como el factor más importante al elegir un destino (en Monterrubio, 2009).

Entre las conclusiones, Monterrubio externa que turismo e identidad sexual están ligados profundamente. Las constricciones sociales experimentadas en el hogar constituyen una de las principales razones que realzan la necesidad de reforzar la identidad en las arenas del turismo, por lo que los viajes tienen ese papel fundamental de brindar a las personas homosexuales espacios que les permiten mostrar sus preferencias sin temor a ser discriminados.

En otro estudio, Monterrubio (2008), da a conocer las percepciones que se tienen del turismo gay en las comunidades receptoras; proporciona una idea general de las percepciones hacia el turismo gay y de los posibles impactos reales y potenciales de su comportamiento sexual en comunidades rurales en países en vías de desarrollo. El estudio revela que la presencia y el beneficio económico de visitantes gay han sido ampliamente reconocidos por la comunidad local y que el comportamiento sexual de dichos visitantes está generando problemas sociales, tales como la prostitución infantil y el uso de drogas (Monterrubio, 2008).

López y Rodríguez (2002) exponen los efectos del turismo gay en un destino mexicano. El estudio se apoya en la teoría evolucionista de Herbert Spencer para

explicar el cambio que ha suscitado el turismo gay en la sociedad de Puerto Vallarta, para ello consideraron el punto de vista de los empresarios, pobladores locales y turistas gay. Algunos de sus resultados son: los prestadores de servicios turísticos perciben los efectos económicos como positivos, en el sentido de una mayor derrama económica y desarrollo de infraestructura. Pero la comunidad receptora percibe los efectos socioculturales como negativos, ya que asocian la llegada de turistas homosexuales con una menor captación del turismo familiar tradicional y un incremento en la prostitución infantil (López y Rodríguez, 2002).

Con base a los trabajos que se han citado se puede señalar que existe una amplia gama de realidades sociales vinculadas al turismo gay, susceptibles de ser abordadas. La importancia del tema no sólo se asocia con estudios de mercado, cuya prioridad es conocer el perfil de la demanda turística gay y la oferta que se ofrece por las grandes empresas, a fin de poder implementar lo que haga falta para dar respuesta a las necesidades identificadas.

Sino además en el campo social, ha sido trascendente la participación de los investigadores y estudiosos del turismo gay, quienes a través de sus reflexiones dan un amplio panorama de la problemática que enfrentan los individuos al ser discriminados en sus lugares de origen, y la forma en la que el turismo surge como una opción para interactuar y expresar la identidad gay en destinos y espacios distintos. Sin embargo, cabe señalar que, a pesar de los esfuerzos que se han realizado acerca del turismo gay, aun son incipientes los estudios en comparación con los de otras modalidades de turismo; aunque es posible considerar que se cuenta con bases sólidas para seguir avanzando.

## **2.2 Reconocimiento del turismo gay en México**

La importancia que se le ha otorgado al turismo gay, así como el aumento de este tipo de visitantes, ha ocasionado que se oferte una gran diversidad de productos y servicios acordes a las características, intereses y formas de vida de este sector social, propiciando el desarrollo y posicionamiento de destinos asociados a la práctica turística gay. Es así que en el siguiente apartado se explica la realidad

que presentan los principales destinos turísticos gay en México y los atributos más representativos de los turistas gay.

Existe cierta correspondencia entre los lugares más importantes del turismo masivo en México y los sitios gay ofertados para el turismo internacional, por lo que es posible decir que el llamado turismo gay es una actividad asociada con el turismo masivo, tanto litoral como urbano. En muchas ciudades de México hay una estrecha relación entre los espacios gay y los turísticos, lo cual en gran parte se debe a la tendencia de los espacios turísticos a aceptar las diferencias sociales y culturales y, consecuentemente, las de la sexualidad humana (en López y Carmona, 2008).

Ello no quiere decir que los turistas gay no estén interesados por realizar otras modalidades de viaje, sin embargo, los desplazamientos gay están más asociados con el turismo de sol y playa y el urbano, es decir, con localidades que en el nivel mundial son menos proclives al estigma de la homosexualidad. Lo anterior se da por el anonimato de las poblaciones diverso-sexuales, en un contexto urbano de por sí variado, y por la creciente aceptación factual y legal de la homosexualidad, sobre todo en el contexto de la subcultura gay, que hoy en día empieza a ser vista más “normal” en la sociedad global (Eribon en López y Carmona, 2008).

Tanto los destinos de sol y playa y las grandes ciudades (*city-breaks*) tienen en común una amplia oferta de establecimientos de ambiente, esto es, dirigidos al público homosexual. De acuerdo con Rusell (2001) se estima que, mientras la popularidad de los destinos de sol y playa en el mercado homosexual es equiparable a la del mercado convencional, los *city-breaks* representan entre un 20% y un 30% del volumen total del turismo homosexual, siendo mucho más demandados entre el mercado gay que en el heterosexual (en Moner et al, 2007).

La Ciudad de México, Puerto Vallarta, Guadalajara, Monterrey, Tijuana, Acapulco y Cancún, son las ciudades con la mayor oferta de espacios asociados a negocios concurridos por turismo gay (en López y Carmona, 2008). Destaca el hecho de que dichas ciudades son centros de playa o grandes metrópolis tanto industriales

como fronterizas que se caracterizan por la oferta de espacios dirigidos a homosexuales, y que por la gran cantidad de población que albergan permiten el anonimato de los gays que las visitan.

En el estudio realizado por *OutNow Global LGBT* a finales de 2011, se dice que Cancún se posiciona como el destino turístico más popular entre la comunidad LGBT del mercado norteamericano que pretende viajar a México, preferido por el 25% de los encuestados. El segundo destino más popular, con el 17% es la Ciudad de México, y Puerto Vallarta cayó al tercer lugar con un 14% de preferencias (Johnson, 2011). Sobre estos tres destinos, por ser de los más reconocidos en el ámbito del turismo gay, se puntualizan algunas cuestiones sobre la dinámica de dicha modalidad turística.

- **Ciudad de México**

La Ciudad de México no solamente es el lugar más visitado del país, sino también es el centro de luchas y reconocimiento de la cultura gay en la República. El hecho más sobresaliente fue la aprobación de la Ley de Sociedades de Convivencia y las reformas a los Códigos Civil y de Procedimientos Civiles por la Asamblea Legislativa del Distrito Federal para ofrecer ciertos derechos equiparables al matrimonio a las parejas homosexuales. Este destino ha sido sede del 1er. (2010) y 2do. (2011) Congreso de Turismo LGBT. En el sitio *web* oficial de la Secretaría de Turismo de la Ciudad de México hay un apartado dedicado al segmento de turismo LGBT, donde se puede acceder a las memorias del primer congreso y a información relevante para el visitante gay. La Ciudad de México se ha esforzado por mejorar los servicios turísticos, la promoción turística y el desarrollo de nuevos productos (Ruiz y De la Rosa, 2010).

Tipológicamente, la Ciudad de México tiene la mayor diversidad de sitios gay para turistas: hospedaje (hoteles, casas de huéspedes y departamentos atendidos por gente gay para turistas gay), transporte y touroperadores gay, recreo y diversión (como discotecas, cantinas y bares), lugares de encuentro sexual en espacios cerrados, comercios especializados (como *sex shops* y *boutiques*), grupos de

apoyo y actividades culturales masivas (festivales de cine de la diversidad sexual y la “Marcha por el Orgullo Lésbico-Gay, Transexual y Transgénero, que cada año atrae grandes cantidades de turistas provenientes de varios estados del país y del extranjero), (López y Carmona, 2008).

La mayor parte de los establecimientos y servicios dirigidos al público homosexual se ubican en la llamada Zona Rosa. Ésta se localiza en la porción suroccidental de la delegación Cuauhtémoc, en donde predomina el uso de suelo comercial y de servicios, y está delimitada por las avenidas Reforma, Insurgente, Chapultepec y Lieja. La mayoría de los negocios mantienen un carácter legal y es un espacio de socialización gay para personas de todo el país, e incluso extranjeros.

Dentro de la Zona Rosa, los empresarios han constituido como bastión de la comunidad LGTB a la calle de Amberes, que por su belleza y su casi totalidad de establecimientos dirigidos a este segmento es importante en términos, económicos, sociales y políticos. Se espera que la ciudad, retomando su belleza y el clima de libertad que en ella priva, se posicione como el principal destino turístico *gay-friendly* de Latinoamérica (Ruiz y De la Rosa, 2010).

Según estimaciones de la Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal, aproximadamente el 3% del turismo que llega a la Ciudad de México pertenece al sector LGTB. Una de las acciones más reciente para la atracción de este segmento es la recapitulación de toda la oferta dirigida al turista gay y el aprovechamiento de la oferta cultural y de esparcimiento, así como de la política de igualdad que posee la ciudad (Ramírez, 2012).

- **Puerto Vallarta**

Moner (2007) refiere que en México Puerto Vallarta es el destino de invierno preferido por los homosexuales americanos y canadienses, y en los últimos años también se está haciendo popular entre los europeos, sobre todo en temporada baja (abril-noviembre). Este lugar puede considerarse como el destino de playa



por excelencia para los homosexuales que buscan actividades de descanso y recreación en un ambiente libre de discriminación.

Puerto Vallarta combina la modernidad de un polo de desarrollo con las bellezas naturales que se han conservado pese a la actividad turística. Entre los servicios dirigidos específicamente a los turistas gay, se ubican hoteles, casas de huéspedes y pensiones; bares y centros nocturnos gay, una playa gay, cruceros gay por la bahía, excursiones especiales (incluyendo veladas en aguas termales naturales) y excelentes restaurantes (Gay Guide Vallarta, 2012).

Este destino recibe turistas tanto nacionales como internacionales, siendo América, Europa y Australia los principales emisores de jóvenes y adultos gay que visitan Vallarta. Asimismo, Guadalajara es una de las ciudades que aporta mayor número de visitantes al destino, por su cercanía y por las actividades nocturnas que se ofrecen. Aquí es posible encontrar desde viajeros locales con poco presupuesto hasta parejas de primera línea que pasan ahí todos sus inviernos, haciendo uso de servicios costosos (Gay Guide Vallarta, 2012).

En Vallarta la mayoría de los establecimientos dirigidos al público homosexual se localizan en la zona conocida como Vallarta Viejo, principalmente en las playas Olas Altas y de los Muertos. El número de empresas se ha incrementado considerablemente, y para su reconocimiento es posible observar en muchas de ellas, símbolos distintivos de la cultura gay (López y Rodríguez, 2002).

Pese a su popularidad, Vallarta ha experimentado un decremento en la afluencia de turistas gay internacionales debido a la poca promoción oficial como destino gay y a que se le ha apostado mayoritariamente como un destino familiar (Ramírez, 2012). En este sentido es evidente la falta de compromiso por parte de las autoridades con el sector LGBT, a diferencia de la Ciudad de México que públicamente se da a conocer como un destino en donde las personas cuyas preferencias sexuales son distintas a la heterosexual pueden convivir en libertad.



- **Cancún**

Cancún es uno de los destinos más importantes en el país para la actividad turística de la comunidad LGBT, ya que los atractivos naturales que posee y la oferta creciente de hoteles dirigidos a este segmento, lo hacen el número uno por encima de Puerto Vallarta y de la Ciudad de México. En septiembre de 2012 fue la sede de la II Expo Internacional & Negocios de la LGBT, realizada en el hotel *Hard Rock*.

En oferta de servicios entre Cancún y Riviera Maya suman más de siete hoteles denominados *gay friendly*, destacando el *Temptations*, *Adonis*, *Marriot*, *Sirenis*, *Viceroy* y próximamente la cadena *Oasis* anunció que uno de sus 10 hoteles en Cancún se abrirá a este segmento, sin que ello signifique dejar de recibir turismo tradicional. Entre los antros gay más reconocidos de Cancún se encuentran *Risky Time*, *Karamba Bar* y *Picante Bar* (Vázquez, 2012).

El centro de Cancún ofrece otros espacios en los que son bien recibidos los turistas gay como por ejemplo: restaurantes, bares y antros, los cuales permiten la convivencia, recreación y diversión de este sector. Entre los sitios de encuentro, destacan el Parque de Las Palapas, y las playas Delfines y Mamitas. Los turistas gay gustan de visitar las zonas arqueológicas de Chichen-Itzá y Tulum, los parques de Xcaret y Xel-Ha y realizan actividades recreativas como el *snorkel* o el nado con delfines (Gay Cancún Guide, 2012).

Sumado a los servicios, la posibilidad de que Quintana Roo concrete la plena legalización de las uniones entre personas del mismo sexo, representa una oportunidad para capitalizar el mercado para la realización de bodas, el cual en la Ciudad de México ya es un éxito. Si Cancún capta hasta 25% de los viajes que la comunidad LGBT estadounidense realiza al extranjero, la legalización de las uniones entre estas personas podría fácilmente hacer que se incremente en un 10% durante el primer año (Vázquez, 2012).

A manera de conclusión de este apartado, se observa que los principales destinos gay del país comparten ciertas características entre si, siendo la existencia de espacios de convivencia para los homosexuales una constante. En este sentido, se puede decir que si bien Cancún y Puerto Vallarta destacan por sus bellezas naturales y, la Ciudad de México por su riqueza cultural, los visitantes gay tienden a buscar muchas veces servicios dirigidos exclusivamente a personas con sus preferencias sexuales en donde pueden mostrarse tal cual, sin ser estigmatizados, pero además les permiten relajarse de la tensión heterosexista que viven en sus lugares de origen, así como del rechazo del que son objeto por parte de la sociedad en la que cotidianamente tienen que convivir.

En Cancún y la Ciudad de México existe disposición por parte de las autoridades locales para fomentar un ambiente de respeto y cordialidad para recibir a los visitantes gay, mediante políticas para el reconocimiento pleno de sus derechos y estrategias mercadológicas que posicionen a los destinos en el gusto de este sector. En cuanto a Puerto Vallarta a pesar de ser reconocido como un destino mayormente asociado a esta modalidad, se ha rezagado con respecto a promocionar el turismo gay, ya que las autoridades locales le dan mayor difusión como un destino turístico familiar.

Cabe señalar que aún se desconocen muchas de las realidades que se presentan en torno al turismo gay, no solamente en los destinos tipificados como receptores de esta corriente turística, sino también en otras localidades donde se lleva a cabo, aunque de una forma diferente. Por lo que el conocimiento de los actores que conforman el turismo gay es importante para la comprensión y explicación de los fenómenos sociales que acontecen en el ámbito del turismo.

### **2.3 Atributos distintivos del visitante gay y su reconocimiento en el turismo**

Para realizar un análisis de los elementos que distinguen al visitante gay del heterosexual, es necesario conocer las características específicas que poseen los principales actores, quienes acuden a un destino para realizar actividades de convivencia y recreación vinculadas al ejercicio y reconocimiento de su

sexualidad. Esto debido a que la corriente turística gay presenta características que se derivan de los aspectos sociales que identifican a los homosexuales. Si bien su importancia se reconoce más en el ámbito económico, es indudable que obedecen a cuestiones sociales relacionadas a las conductas homosexuales.

Al respecto la SECTUR (2009) menciona que comúnmente, el perfil del cliente del turismo gay se asocia al de una persona entre 30 y 55 años, residente en zonas urbanas y con un nivel cultural medio-alto. Se trata de un turista que suele concentrar su gasto en ocio y consumo personal (ropa, cosmética, estética), en el que invierte el 47% de sus ingresos. Además, utiliza habitualmente las nuevas tecnologías y tiene gran disposición para viajar en cualquier época del año, a diferencia de las familias con hijos en período escolar

Un aspecto en el que hay coincidencia en relación al turista gay, es que posee una mayor cantidad de ingresos disponibles (alrededor de un 47% más que el turista convencional), derivado de la ausencia de hijos y obligaciones familiares, razones por las que tienen más tiempo y dinero para invertir en desarrollo personal, recreación y entretenimiento, cuestiones enlazadas al turismo. Además, las personas homosexuales tienden a socializar en público y tratar de aumentar su atractivo a parejas potenciales, por medio de ropa o accesorios (SECTUR GDF, 2010).

Para las personas gay socializar con otros que compartan sus preferencias es un hábito continuo, incluso aunque tengan pareja, es por ello que acuden frecuentemente a lugares donde puedan encontrar este tipo de personas.

La Secretaría de Turismo del Gobierno de Distrito Federal (2010), refiere que las personas homosexuales que viven en las ciudades tienden más a ir a antros y bares los fines de semana, comprar más alcohol y ver más películas, obras de teatro y conciertos. En relación a los viajes se destaca que la gente gay tiende a viajar más y no sólo por periodos largos. Los gays del interior de la República usualmente viajan a las grandes ciudades para buscar un entorno más abierto, parejas o escapar de un ambiente restringido.

Otras características que identifican al turismo gay, son el reforzamiento de un estilo de vida placentero y el estigma como paralizante del desarrollo de este tipo de turismo (SECTUR GDF, 2010). Ello con referencia a la comodidad que buscan los viajeros homosexuales para expresar sus preferencias sin temor a ser discriminados, un factor que incluso puede llegarse a presentar en los destinos asociados al turismo gay. En este sentido, cada vez son más los miembros de la comunidad LGBT que buscan el reconocimiento de sus derechos y reclaman su participación en el desarrollo económico y social del país.

El segmento LGBT que viaja a México se compone de parejas solventes, con dos ingresos en promedio y sin hijos (*doble income, no kids*); estas características les permiten viajar más de tres veces al año a diferencia de una familia tradicional, mientras que su gasto promedio es de hasta mil 200 dólares, con estancias de más o menos cinco días. Los turistas gay se hospedan en promedio hasta cinco días en hoteles con Plan Europeo y tienen un gasto 40% mayor que el del visitante heterosexual. Ello ocasiona que dicho mercado sea atractivo para los prestadores de servicios turísticos del país, sobre todo si se toma en consideración que tienen la costumbre de viajar durante las llamadas temporadas bajas que son de septiembre a noviembre (Vázquez, 2012).

La conclusión general de este capítulo distingue algunos puntos importantes. En primer lugar se demuestra la importancia del turismo gay, así como los aspectos sociales de los visitantes y destinos turísticos gay. Lo segundo es que pese a esa importancia que se le adjudica, ha sido poco abordado como tema de investigación.

No menos trascendente es la condición social de las personas homosexuales, con respecto a la actividad turística, ya que incluso las variables económicas (como la percepción de más ingresos) derivan de su desinterés por la vida familiar y su disposición a socializar con sus iguales. Siendo un ejemplo muy claro de cómo las dinámicas sociales influyen en el ámbito turístico, incidiendo sobre algunas formas de viajar hacia lugares muy específicos en la búsqueda de sitios donde puedan

convivir sin preocuparse por el estigma que de cotidiano se ejerce contra la homosexualidad.

Asimismo, el acercamiento a algunas investigaciones permite profundizar en cómo la teoría del estigma se aplica para la explicación de diversos fenómenos sociales, en este caso, grupos sociales que por sus atributos son relegados en las interacciones cotidianas. Con base en estas perspectivas y la dinámica que presenta el turismo gay en diferentes lugares, es posible decir que la teoría del estigma permite, a través de sus postulados, profundizar en algunos aspectos de la realidad turística que aun no se han estudiado.



## **CAPÍTULO III. ESPACIOS DE CONVIVENCIA, ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN EN LA CIUDAD DE TOLUCA**

La ciudad de Toluca es un destino que ofrece algunos espacios a los visitantes con preferencias homosexuales que les permite convivir con otras personas de intereses sexuales similares. Es así que en este capítulo se presenta información sobre las particularidades que ostentan dichos espacios, así como la influencia que tienen en el desplazamiento y convivencia de los visitantes gay. Inicialmente se contextualiza a la ciudad de Toluca como un destino para visitantes homosexuales, mencionando la dinámica que se presenta en algunos atractivos, así como los acontecimientos que se han suscitado en pro de la aceptación y reconocimientos de los derechos del colectivo gay.

Posteriormente se describe cada uno de los espacios en donde se realizó observación directa, la identificación de los informantes, y el acercamiento con las personas que aceptaron ser entrevistadas; también se detallan las instalaciones, horarios, servicios y actividades que ofrecen.

### **3.1 La ciudad de Toluca y el desplazamiento del sector gay**

La ciudad de Toluca, al ser la capital del Estado de México, se ha venido constituyendo en un sitio que ofrece esparcimiento, recreación y diversión para diferentes sectores de la sociedad; de manera que es posible encontrar diversos servicios o productos orientados a la captación de visitantes locales o de municipios aledaños. Estos servicios o productos de carácter lúdico responden a ciertas necesidades que demandan las personas que usualmente hacen uso de ellos; un ejemplo son los espacios que reciben visitantes gay, los cuales permiten la diversión y convivencia entre personas con preferencias sexuales diferentes.

A partir de lo anterior se puede decir que la ciudad de Toluca posibilita el arribo de personas de municipios cercanos a sitios de reunión gay (el desplazamiento es poco perceptible pero constante a lo largo del año). Dependiendo de la edad y el

gasto que realizan las personas, existen lugares a los que concurre el sector gay (principalmente hombres) para interactuar con aquellos que comparten sus preferencias.

- Los Portales, es un espacio público en donde la mayor parte del día conviven los miembros de la comunidad gay. Particularmente después de las 22:00 hrs. las condiciones son propicias para la reunión y convivencia entre individuos con dicha preferencia sexual. Dichas condiciones consisten en una disminución en la cantidad de transeúntes heterosexuales y personal de seguridad del municipio, el cierre de establecimientos comerciales y la oscuridad propia de ese horario.
- La plaza González Arratia, la Alameda y el Andador Constitución, localizados en el centro de la ciudad, también presentan una dinámica similar. Aproximadamente después de las 15:00 hrs. se observa que algunas personas de entre 15 a 30 años de edad, se reúnen para platicar, consumir algunos productos que venden en la zona y/o disfrutar de la compañía de sus iguales.
- Gran Plaza Toluca, brinda a los asistentes la oportunidad de convivir y divertirse ya sea en las salas de cine, en tiendas departamentales o en cafés y restaurantes. Los preferidos por los homosexuales son el cine y algunas tiendas de su agrado.

Los espacios referidos son públicos, por lo que el comportamiento de las personas tiende a ser discreto, reconociéndose únicamente por algunos ademanes, movimientos y formas de vestir que les permiten identificarse. Durante el tiempo que ahí permanecen suelen pasear de un lugar a otro, uno de sus propósitos es inducir encuentros casuales para conocer a otros individuos con la misma preferencia sexual, platicar y de ser posible establecer otro tipo de relaciones. Al igual que en otros espacios, pueden estar con amigos o solos.

Asimismo, debido a las acciones emprendidas por instituciones públicas como el Consejo de la Diversidad Sexual del Estado de México (CODISEM), Toluca ha sido sede de algunos eventos importantes que permiten la reunión y convivencia de la comunidad Lésbico, Gay, Bisexual, Travesti, Transgénero y Transexual, invitando a participar no sólo a los habitantes de Toluca, sino a los pobladores que viven en distintos municipios del Estado de México.

En el año de 2013 se llevó a cabo la sesión del Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Comisión de Derechos Humanos del Estado de México, la IX Marcha del Orgullo LGBTTTTI Toluca 2013, la elección de los abanderados para dicha marcha, la formación del colectivo de representación en la XXXV Marcha de Orgullo LGBTTTTI en la Ciudad de México, participación en el Foro Matrimonio Igualitario en el Estado de México, actividades conmemorativas del Día Internacional de Lucha contra la Homofobia y Transfobia, así como el Tercer Ciclo de Cine Gay, entre otros.

En particular la IX Marcha del Orgullo LGBTTTTI Toluca 2013 llamó la atención de la opinión pública en general, al congregar aproximadamente a 300 asistentes el sábado 10 de agosto de 2013. Posterior a una conferencia de prensa, el colectivo partió del Hemiciclo a Juárez, avanzando por la avenida Miguel Hidalgo hasta llegar a la Plaza de los Mártires, donde tuvo lugar un concierto y un *show travesti*. Este evento fue ampliamente difundido en redes sociales y fue cubierto por medios de comunicación locales, tales como prensa, radio y televisión.

De igual manera, es destacable el esfuerzo de algunos miembros del colectivo gay para gestionar la aprobación del matrimonio entre personas del mismo sexo en el Estado de México. Su principal logro ha sido la obtención de un amparo que permitía a cuatro parejas gay contraer matrimonio, después de que el Registro Civil de Toluca les negará este derecho; tal referente constituye una base para que la Legislatura mexiquense pueda analizar la viabilidad de la modificación del Código Civil del Estado de México para que las parejas del mismo sexo puedan contraer matrimonio.

En la ciudad de Toluca, los atractivos, las acciones y actividades han propiciado un clima de tolerancia hacia las personas con una orientación sexual distinta a la heterosexual, tratando de evitar la discriminación. Aun así, debido a lo complejo de la aceptación sexual, todavía es escasa la participación del colectivo gay en actividades públicas, por ello buscan otros espacios más discretos cuyo ambiente les permite divertirse y convivir con mayor tranquilidad, por lo que a continuación se detallan otros espacios en los que se puede observar esa dinámica.

### **3.2 Características distintivas de los espacios estudiados**

En la ciudad de Toluca los espacios que ofrecen bebidas (frecuentemente nocturnos), como bares y antros, son los más concurridos por el colectivo gay, ya sea por cuestiones de horario, ubicación o actividades. Para efectos de este estudio se retoman *Skandalo Discoteque*, *Mangú Bar*, *Callejón 506 Café&Beer* y *403 Private Club*, reconocidos y preferidos por habitantes locales y residentes de otros municipios.

- **Skandalo Discoteque**

Es el establecimiento más grande de este tipo en la ciudad, abarcando media cuadra de extensión. Ubicado sobre la avenida José María Pino Suárez Sur 2014 en la Colonia Benito Juárez, es un edificio color café, de dos pisos, con una pista de baile, *lounge* de recibida, taquilla, dos barras (una en cada piso), sanitarios, mesas y sillones (en ambos pisos) así como una cabina de DJ, entre otras instalaciones. Las paredes interiores están pintadas en color negro y blanco. No hay señalizaciones que indiquen el nombre del antro, su decoración consiste en un arcoiris simbolizado en cinco ventanas pequeñas y dos ventanales, los colores que lo distinguen son: azul, verde, amarillo y morado.

### Foto 1: Interior de Skandalo Discoteque



Fuente: Trabajo en campo, 2013<sup>i</sup>

*Skandalo Discoteque* abre los viernes y sábados a partir de las 9:00 p.m. hasta las 4:00 a.m. del día siguiente, la mayoría de los asistentes llegan a partir de las 10:00 p.m. El costo de acceso varía dependiendo del día, los viernes tiene un costo de \$40.00 y los sábados de \$80.00.

El acceso es por una puerta de metal que conduce al *lounge* de recibida en donde se encuentran réplicas de esculturas griegas (hombres desnudos), cubiertas cada una con un paño de color diferente. Aquí, el personal de seguridad revisa a las personas, cerciorándose de que nadie porte armas, objetos o sustancias peligrosas. El recorrido continúa por un pasillo hasta la taquilla, donde se paga la cuota correspondiente para ingresar al interior.

Los servicios que ofrece este espacio son: sanitarios en el primer y segundo piso, una pista de baile, dos barras de cemento recubiertas de madera en la parte superior; la decoración es de cristal en el techo y en el fondo donde se ubican las



botellas. Hay una estructura de cristal que simula un arcoíris de color amarillo, azul, rojo y verde.

La pista es de 10 por 25 metros, está rodeada por tubos de metal que la aíslan del área de asientos, en cada esquina hay una bocina donde las personas pueden subir a bailar. Sobre la pista hay seis esferas de cristal de medio metro de diámetro, que decoran e iluminan la pista con luces de tonos blanco, azul, verde y amarillo. El área de asientos se compone por 10 sillones de piel de dos plazas en color blanco, una mesa redonda de metal situada cada dos sillones; 18 mesas de metal con cuatro sillas del mismo material por cada una. En la segunda planta se ubica una barra, se disponen ocho mesas con cuatro sillas. Hay un balcón destinado como área de fumadores.

Generalmente los sábados se presenta una mayor concurrencia debido a que ese día hay distintos eventos como *shows de strippers*, *shows travestis*, concursos o fiestas temáticas; a diferencia de los viernes que sólo se escucha la música elegida por el DJ. Otros eventos que favorecen la concurrencia son los eventos especiales en fechas significativas (*Halloween*, fiesta de aniversario, fiesta blanca para celebrar el Día Internacional de Lucha contra el SIDA, entre otros), así como los sábados de “quincena” (es decir, las fechas de pago para asalariados de distintas organizaciones).

En sábado, el *show* es a la media noche, a esta hora el lugar se encuentra a su mayor capacidad y ya no se permite la entrada a más personas. Habitualmente se presentan dos *travestis* personificando a cantantes que son del gusto del colectivo gay, como por ejemplo: Thalía, Gloria Trevi, Edith Márquez, por mencionar algunas. En ocasiones se alterna con un *show de strippers* y un *travesti*. Al finalizar, continúa la música del DJ reconocida por el colectivo gay, siendo populares las coreografías colectivas como en la canción *Feel it*.

Las bebidas que consumen son cervezas de distintas marcas, whisky, vodka, ron, tequila y brandy. El gasto en promedio por una botella o un cartón de cerveza va

de los \$450.00 a los \$1,200.00 por mesa, en este tipo de consumo las botanas son gratuitas. Los meseros en su mayoría son del sexo masculino, usan uniforme de pantalón y chaleco negro, el trato con los clientes es cortés y trabajan bajo un esquema de propina del 10% incluida en el pago total.

### Foto 2: Visitantes en Skandalo



Fuente: Trabajo en campo, 2013

Al interior de los sanitarios se exhibe publicidad impresa que promueve el cuidado de la salud en torno a la sexualidad. Un servicio extra es la venta de dulces y cigarrillos a la entrada de los sanitarios. Otro servicio es una base de taxis ubicada a las afueras de este espacio, si bien su tarifa es más cara (entre \$120.00 y \$200.00) que la de otros sitios (\$50.00 a \$100.00). El encarecimiento de la tarifa se debe a que dicho modo de transporte es más seguro si se compara con los taxis que se toman en la calle, servicio apreciado tanto por locales como por visitantes.

Considerado por muchos como el icono de los antros gay en Toluca, *Skandalo* se ha mantenido en el gusto de la comunidad por poco más de una década. Teniendo como antecedente un establecimiento más pequeño, llamado *Open House*, hoy se le considera como uno de los centros de esparcimiento de mayor confianza y

vinculación con la comunidad gay. Su propietario y administrador (de nombre Alejandro) es abiertamente reconocido por su preferencia homosexual y por el trato amable que brinda a sus clientes.

- **Mangú Bar**

Este espacio es muy popular entre la comunidad gay, por lo que sus dos salas generalmente están saturadas. Se localiza en el centro de Toluca, específicamente en Aquiles Serdán 213, a un costado de la Alameda. El inmueble tiene una extensión aproximada de 30 metros cuadrados y no fue construido para funcionar como un espacio de diversión.

**Foto 3: Visitantes en Mangú Bar**



Fuente: Trabajo en campo, 2013

El edificio es de color amarillo claro, el nombre del antro no está a la vista. La puerta de entrada es similar a la de una vivienda; al entrar el personal de seguridad revisa a los clientes. Ahí mismo se cobra el costo de entrada, que es de \$30.00 en días comunes y de \$80.00 en días de evento, y por \$30.00 más los clientes pueden guardar sus pertenencias en un armario.

En el interior toda la estancia está destinada para bailar, las paredes están pintadas de anaranjado, verde y morado. Parte de la decoración la conforman varios arcos. Hay dos candelabros de cristal en cada división de la sala y cuatro lámparas en forma cónica que cuelgan del techo. Están colocados dos ventiladores que ayudan a mantener fresco el lugar.

La barra es de madera, su tamaño es de 2.5 metros de largo, aquí hay tres plantas y una lámpara. Entre la barra y la unión de los arcos que dividen la sala, se coloca el DJ y su equipo técnico. En la sala se ubican nueve mesas-sillón con capacidad para 4 personas cada una. Hay taxis que hacen base frente a Mangú, aunque no hay un convenio específico con los propietarios.

Si bien Mangú apertura de martes a sábado de 4:00 p.m. a 3:00 a.m. los jueves a partir de las 9 de la noche se presenta una mayor concurrencia. El resto de la semana recibe pocos clientes que desean beber algo y distraerse. Los principales eventos son los *shows de strippers*, los DJ que provienen de otra ciudad o la fiesta de aniversario.

El número de personas rebasa la capacidad del lugar, el humo del cigarro es molesto ya que no hay una correcta ventilación, por lo que resulta incómodo permanecer ahí. No hay salidas de emergencia visibles, aunque cuenta con rutas de evacuación y un extinguidor.

El número de meseros varía dependiendo de la cantidad de clientes. Todos son hombres no mayores de cuarenta años, no visten uniforme y solo atienden cuando se solicita el servicio en la barra. La bebida que más se consume es la cerveza y es común que se incluya una por el mismo costo de entrada. El gasto promedio por mesa es de \$500.00 considerando un cartón o cubeta de cerveza como consumo promedio. Los sanitarios se comparten por hombres y mujeres.

Mangú es uno de los espacios preferidos por la comunidad gay. Ello se puede atribuir a que ofrece un horario más extenso que otros antros, captando a jóvenes que se les complica permanecer en el antro hasta muy noche; a la calidad de la



música de su DJs, a su ubicación céntrica y a los *shows de strippers* que presentan los días jueves. No difunde publicidad preventiva de sexualidad responsable o de pruebas médicas para la detección de enfermedades de transmisión sexual. Tampoco participa en las actividades que organizan el CODISEM y algunos miembros de la comunidad gay de Toluca.

- **Callejón 506 Café&Beer**

*Callejón 506 Café & Beer* se ubica en el centro de la ciudad de Toluca, en Ignacio López Rayón Sur 506. La casa fue adaptada para prestar sus servicios como espacio de recreación. El acceso es por un zaguán de color café, se carece de un letrero con el nombre por el cual es conocido. No se paga *cover* por entrar (únicamente se paga lo que se consume).

**Foto 4: Callejón506 Café&Beer y visitantes**



Fuente: Trabajo en campo, 2013

El interior evoca un jardín, ya que a lo largo del pasillo hay un árbol y algunas plantas de ornato. Este pasillo tiene una longitud aproximada de 11 metros, aquí están colocadas seis mesas redondas de metal con capacidad para cuatro personas por cada una. Hay una pared con una especie de ventana que separa a la cocina de la zona de convivencia. La ventana sirve para entregar las órdenes de comida a los meseros (tres mujeres y un hombre), quienes visten pantalón de



mezclilla y playera roja. Ellos asignan y atienden las mesas, su comisión es del 10%.

Al final del pasillo se ubica la pista de baile, que mide en promedio 25 metros cuadrados, sobre las paredes que rodean la pista están colocadas dos pantallas de plasma que presentan videos musicales. Aquí también hay cuatro mesas con sus respectivas sillas, además de tres sillones-mesa de colores rojo, negro y blanco, con capacidad para cuatro personas por cada uno. La barra es de color rojo, ahí guardan botellas de cerveza y vasos de cristal. Atrás de la barra hay una estructura de metal y cristal donde los asistentes pueden subir a bailar. A un lado de la cocina se observa una estructura metálica que sirve de soporte para la cabina del DJ. En el segundo piso se localizan los sanitarios para hombres y mujeres.

Para la iluminación se colocó sobre la escalera un cilindro de metal con pequeños orificios por donde se proyecta luz. Sobre la pista están suspendidas tres esferas de cristal de medio metro de diámetro y el resto de la iluminación proviene de otros accesorios colocados en el techo.

*Callejón* da servicio de cafetería, dirigido a un público joven que busca entretenimiento tanto por la tarde como por la noche, aunque también asisten personas adultas entre 25 y 40 años. Los horarios de apertura son de lunes a sábado a partir de las 5:00 p.m. hasta las 11:00 p.m., por lo que es frecuentado mayoritariamente por jóvenes que estudian en escuelas cercanas al centro de Toluca. El número de mujeres asistentes representa la tercera parte de la concurrencia.

En este antro es común que se organicen eventos en pro del colectivo gay, como fiestas temáticas, *speed datings*, concursos de parejas homosexuales, entre otros (algunos de ellos en coordinación con el CODISEM). Los propietarios de *Callejón* conservan una buena relación con el propietario de *Skandalo*, facilitando la coordinación y cooperación para la promoción y organización de actividades,

sugiriendo a los visitantes que primero asistan al *Callejón* para “el precopeo” y posteriormente lleguen a *Skandalo* para divertirse toda la noche.

El ambiente es percibido como más tranquilo que el de otros antros por el horario, el tipo de personas que asiste, la música, el trato amable por parte de los meseros, así como por el servicio de alimentos y bebidas que incluyen *snacks*, *sándwiches*, *baguettes* o papas fritas y bebidas sin alcohol, como café y malteadas; en Toluca este espacio para muchos representa el primer contacto con el mundo gay.

- **403 Private Club**

*403 Private Club* representa el único espacio en Toluca que combina los servicios de un establecimiento de bebidas con opciones de esparcimiento sexual. Básicamente es un lugar pequeño con servicio de barra, algunos sillones y un “cuarto oscuro”, destinado para que los asistentes que así lo prefieran puedan tener encuentros sexuales con libertad. Se ubica en el número 403 de Plutarco González en la colonia La Merced.

El inmueble tiene una puerta de metal, en la parte superior se observa el número 403. En la ventana se colocaron banderas de distintos colores, como azul, amarillo y rojo, simulando un arcoíris. Al entrar se accede a una sala de aproximadamente 4 metros cuadrados, alfombrada y con sillones de diferentes tamaños que rodean a una mesa de centro, así como un sillón-mesa para cuatro personas. Entre los sillones hay dos lámparas que proyectan luces de colores rojizos.

El cuarto oscuro se sitúa al lado derecho de esta sala. El cuarto está alfombrado, hay cojines en el piso y dos sillones individuales. A la entrada se halla un biombo que sirve de división entre la puerta y las personas que se encuentran ahí, al lado del biombo se colocó un perchero y una mesa de centro con un contenedor lleno de preservativos. En la pared de fondo se distingue una lona con una imagen decorativa del Apocalipsis representando escenas eróticas gay y el castigo de los pecados relacionados a la homosexualidad.

En la estancia se dispone de un sanitario, una barra de madera y cristal, la parte inferior guarda toda la cristalería que se utiliza para la preparación de bebidas, y en la parte superior colgadas a la pared se colocaron repisas para acomodar las botellas. Disponen de un sillón-mesa para cuatro personas y una sala con capacidad para siete personas, con una mesa en el centro. A lado de esta sala se encuentra un patio destinado a los fumadores o a quienes requieren privacidad. También tienen un refrigerador para guardar diversos insumos.

La ambientación de este lugar consiste en un equipo de sonido y luces que proceden del techo. La música depende del gusto de los asistentes, ya que ellos pueden elegir el tipo de música que prefieren escuchar. La decoración combina los tonos blanco y negro de las paredes, con los rojos y anaranjados de sillones y lámparas. En las paredes se colocaron pedazos de periódico y cartulina negra en las que se escribieron con gis, frases vinculadas a la temática gay.

Este espacio tiene como antecedente un bar gay denominado *12 Grados*. Pero *403* es una propuesta de un concepto distinto que incluye el servicio para encuentros sexuales. Sin embargo, no ha tenido el éxito esperado debido a que, en opinión de algunos miembros de la comunidad gay, los homosexuales de Toluca no están preparados para incursionar en las experiencias de los *sexual clubs*. La dinámica de los *sexual clubs* en otros lugares se basa en el contacto sexual entre desconocidos sin preocuparse por la convivencia entre los mismos, además de que propicia el sexo en colectivo. La comunidad gay de Toluca aún es reticente a este tipo de prácticas sexuales, prefiriendo actividades recreativas más comunes como beber, platicar y bailar.

El club ofrece servicios de martes a domingo de 5:00 p.m. a 12:00 a.m., el costo es de \$40.00 por el acceso al cuarto oscuro y, en su caso, las bebidas que se consuman. Solo se ofrece cerveza y refrescos de diversas marcas. En diferentes días de la semana se organizan fiestas sexuales exclusivas para hombres, aunque lo que atrae a los individuos es el ambiente abierto y el trato amable y respetuoso del personal, constituido por cuatro personas gay.

A *403 Private Club* acuden hombres de todas las edades, principalmente los jueves y domingos a partir de las 6:00 p.m., es común encontrar a un mayor número de personas maduras de entre treinta a cincuenta años y los viernes suelen llegar jóvenes menores de treinta años. Los visitantes son recibidos por el personal, quienes los invitan a sentarse y les ofrecen una bebida. Ahí conversan y conviven con otras personas, compartiendo experiencias relacionadas con su preferencia sexual. El personal aclara sus dudas acerca del cuarto oscuro y los invitan a participar, organizando dinámicas con el propósito de desinhibir a aquellos que quieran usar este servicio.

Como se puede apreciar cada uno de los espacios presentan características peculiares que los hacen diferentes. Si bien todos fungen como espacios de convivencia, recreación y diversión para los visitantes gay que se desplazan a la ciudad de Toluca, cada uno realiza actividades para satisfacer a determinados segmentos del sector gay.

De tal suerte que estos espacios son una respuesta a la diversidad de personas con preferencia homosexual, ya que más allá de la orientación sexual, el colectivo gay se conforma por individuos con diferentes gustos e ideologías, por lo que la elección de cada espacio dependerá del contexto de cada visitante. Aunque todos tienen en común la necesidad de interactuar con otras personas sin sentirse discriminados o excluidos.

Lo anterior es resultado de los esfuerzos que se han hecho por fomentar en la sociedad de la ciudad de Toluca un clima de respeto hacia las personas homosexuales, favoreciendo la libre convivencia de residentes o visitantes, siendo los centros nocturnos los más preferidos y reconocidos como espacios de convivencia, recreación y diversión para la comunidad gay.

Razón por la que estos espacios juegan un papel esencial en la captación de corrientes turísticas gay, sin olvidar la importancia de los atributos que definen al individuo gay y que sirven de marco para explicar en el siguiente capítulo, la forma en la que asume su estigma ante una sociedad, preferentemente machista, y que marca tendencias en diferentes ámbitos únicamente para heterosexuales.



## **CAPÍTULO IV. ESTIGMA Y TURISMO GAY EN LA CIUDAD DE TOLUCA**

Analizar el turismo gay que se presenta en la ciudad de Toluca a partir de los postulados teóricos del estigma es el propósito de este último capítulo. Se retoman las categorías propuestas por Goffman, que ya han sido definidas en el primer capítulo, para explicar la dinámica social gay que se presenta en los espacios ya referidos, así como el turismo gay que, a partir de ello, se origina en la ciudad de Toluca.

La información social es muy significativa para el reconocimiento y aceptación del individuo, por lo que se procedió a identificarla y analizarla para comprender por qué el individuo gay al ser estigmatizado trata de ocultar su estigma, encubriendo la información social sobre todo en su lugar de residencia. En el ámbito cotidiano el encubrimiento de esa información social crea dos identidades en el individuo: una virtual, en la que se manejan los atributos que ocultan un estigma; y otra real, que sólo puede ser mostrada ante aquellos con quienes se comparte la misma cualidad desacreditadora.

En este estudio básicamente se enfatiza en la identidad real del individuo pues es la que permite la convivencia y la diversión de los visitantes gay que viajan a la ciudad de Toluca. En los espacios estudiados el visitante gay asume su identidad real para expresar su sexualidad sin temor a ser rechazado.

### **4.1 Aspectos sociales que presentan los visitantes en los espacios gay**

Como resultado del trabajo en campo se identificaron elementos importantes con relación a los visitantes gay y a los desplazamientos que hacen a la ciudad de Toluca y la dinámica que se presenta en los espacios de convivencia, esparcimiento y diversión.

Uno de los indicadores es que los visitantes provienen principalmente de municipios aledaños a la ciudad de Toluca, entre los que se encuentran Zinacantepec, Metepec, Almoloya de Juárez, Ixtlahuaca, Lerma, Ocoyoacac,

Calimaya, Tenango del Valle, Tenancingo, San Mateo Atenco, Santiago Tianguistenco, Mexicaltzingo, Capulhuác, Xonacatlán y Atlacomulco. Aunque también llegan del estado de Morelos, Michoacán o del Distrito Federal, cuya visita se debe a motivos académicos o de negocios, pero al disponer de tiempo libre se interesan por conocer los espacios de “ambiente” con fines de esparcimiento. En cuanto a los visitantes internacionales, son muy pocos y por lo general su presencia en Toluca se debe a que están haciendo una estancia académica o de trabajo, pero también frecuentan estos espacios para divertirse y convivir con personas afines.

La edad y nivel educativo de los visitantes son diferentes en cada espacio. A *Skandalo* acuden personas desde los 18 hasta los 50 años de edad; siendo mayoría aquellas que cursan estudios universitarios y profesionistas que han concluido alguna carrera, aunque también se ubicó a personas con un nivel escolar inferior. *Mangú*, en cambio, recibe visitantes jóvenes y su edad no rebasa los 35 años; son estudiantes de preparatoria e incluso sólo han cursado la secundaria o con estudios de primaria; por lo general tienen un oficio o empleo, escasamente asisten profesionistas.

*Callejón* es un espacio al que concurren estudiantes de bachillerato y universitarios entre 18 y 27 años, las personas de mayor edad y con menos estudios representan un segmento menor. Lo cual se debe a que los horarios establecidos y los servicios que se ofertan básicamente se han implementado para satisfacer las necesidades de homosexuales que están incursionando en este ambiente. Por el contrario, a *403 Private Club* acuden principalmente visitantes mayores de 30 años y en menor número jóvenes de 18 a 29 años; ya sean profesionistas, estudiantes universitarios o personas con algún oficio y/o empleo.

Con respecto a la frecuencia de las personas gay a los espacios de la ciudad de Toluca, se identificó que usualmente los que vienen de otros lugares (municipios cercanos o de algunos estados) acuden mensualmente, cada quince días o en fechas significativas. Por lo general cuando hay eventos se despliega un gran

número de personas (días festivos o fiestas temáticas). Esto representa una diferencia con relación a los residentes del municipio de Toluca, quienes debido a la cercanía, suelen asistir cada semana, e incluso dos veces por semana.

En relación al transporte y al hospedaje las opciones son variadas. Los visitantes se desplazan en transporte terrestre público o propio, ya sea camión, taxi o auto particular. Si los visitantes vienen en auto propio, es común que regresen a sus lugares de origen después de su visita al espacio elegido. Pero en el caso de que su residencia se localice a una distancia lejana o, que utilicen transporte público para viajar, lo más frecuente es que hagan uso de un taxi que los traslade ya sea a una casa de conocidos, con amigos o familiares, o a un hotel de tarifa económica en donde pueden pernoctar.

La mayor parte de los visitantes gay suelen ir con amigos, ya sean homosexuales o heterosexuales, debido a que la preferencia sexual no es una condicionante para acceder a estos lugares y muchos heterosexuales gustan de la música, bebidas e instalaciones de los antros gay. La compañía de sus amigos reduce la tensión, especialmente si es la primera vez que asisten, al brindarles seguridad. Además ir en grupo facilita la interacción con otras personas.

Son menos los visitantes gay que van acompañados por su pareja, señalan que estos espacios son propicios para estar a gusto con su compañero(a) sin provocar reacciones negativas por parte de las personas que los observan. Son los menos quienes se aventuran a asistir solos, ya sea porque no tienen conocidos dentro del “ambiente” o porque quieren pasar desapercibidos ante los demás.

Los visitantes se enteran de la existencia de los espacios gay mediante los contactos homosexuales que tienen. La primera fuente de información que da a conocer un antro es de manera personal con amigos o conocidos del “ambiente”, quienes ya han visitado dichos espacios. Más recientemente la información se difunde a través de redes sociales, principalmente *Facebook*.

Los espacios gay de la ciudad de Toluca dan a conocer sus eventos, horarios, dinámicas y precios a través del uso de redes sociales. Para las personas que están familiarizadas con esta red social, es sencillo establecer un primer contacto gay y de ahí “agregar como amigos” o “darle me gusta” a las páginas de estos espacios, obteniendo acceso a la información e incluso interactuando con el personal que ahí labora, quienes pueden resolver las dudas que tengan.

Los servicios de los que hace uso el visitante dependen de lo que ofrece cada espacio. Esencialmente buscan música de su agrado (*circuit, house, pop mezclado*, entre otras), bebidas de calidad (de preferencia coctelería, aunque la cerveza es el producto más consumido) y un espacio agradable para divertirse. Es común que no reparan en aspectos como la seguridad o la limpieza del lugar.

El estacionamiento y la transportación segura (refiriéndose al servicio de taxi a la salida) suelen tener mayor importancia para los visitantes, pues al no ser residentes de Toluca, les preocupa que su auto esté seguro mientras permanecen en el antro; o en el caso de no llevarlo, que puedan encontrar una forma confiable de llegar a su domicilio o al lugar donde pernoctarán.

Los eventos y shows motivan el desplazamiento a determinados espacios, es así que algunos individuos prefieren los *shows de strippers* o de imitación de divas (*travestis*), otros gustan de la música de DJs reconocidos o de las fiestas temáticas. Ello implica un costo adicional, pero es pagado con gusto pues, según señalan, bien vale la pena la diversión que ello les brinda. En el caso de 403, el cuarto oscuro es el servicio que en principio llama la atención, aunque es poco utilizado debido a la inhibición del visitante pues es una experiencia nueva para muchos de ellos.

Las dinámicas o juegos en los que se premia a los participantes ya sea con una botella de bebida alcohólica o con un aparato eléctrico, marcan la elección entre un espacio y otro. La participación puede ser individual o en pareja (dependiendo de la ocasión), y se solicita a los asistentes que bailen, respondan preguntas acerca de un tema específico o compartan detalles de sus relaciones personales.

En determinadas fiestas temáticas se premia al mejor atuendo o disfraz de la noche, aquel que sea de mayor atractivo o simbolismo para la concurrencia, quien participa de manera activa apoyando a sus favoritos.

Los eventos que organizan en cada uno de los espacios son parte de la recreación y diversión que ofrecen al visitante. Tanto los servicios como las actividades están ligados al contexto de la preferencia homosexual y brindan la oportunidad al visitante de convivir con personas que proceden de otros lugares; es así que los desplazamientos que realizan hacia la ciudad de Toluca posibilitan al visitante la experiencia de entrar en contacto con quienes comparte no solo el interés por los de su mismo sexo, sino también la necesidad de sentirse aceptados en un ambiente diferente al que se encuentran de cotidiano.

#### **4.2 Información social y reconocimiento entre visitantes homosexuales**

El análisis que a continuación se presenta se centra en los símbolos o signos que portan la información social de los visitantes gay que llegan a los espacios de la ciudad de Toluca. En este caso se expone la información social que otorgaron los visitantes y la que se percibió a través de la observación participante.

La ropa y los accesorios que utilizan los individuos gay son símbolos que dan a conocer su preferencia sexual. La mayoría de visitantes porta el símbolo del arcoíris en pulseras, bufandas o botones adheridos a la ropa con los colores rojo, azul y amarillo. Asimismo, los lentes de sol son muy comunes, sin importar que sea de noche o la oscuridad del lugar.

Aunque no se puede generalizar la imagen de los visitantes gay, entre los hombres, hay quienes se depilan las cejas, utilizan maquillaje en el rostro, tienen perforaciones en distintas partes del cuerpo (principalmente parte inferior del labio, orejas y orilla de la ceja) y usan tinte en el pelo. Dependiendo de la situación económica de cada persona pueden llevar uno o más accesorios de marca de un diseñador reconocido; todas son signos que expresan la sexualidad del individuo,



y son altamente apreciados para llamar la atención, pero no condicionantes para interactuar con los demás.

Las prendas de vestir de los visitantes suelen ser muy ajustadas como por ejemplo los pantalones y algunas playeras sin mangas, el propósito es destacar su cuerpo, utilizan colores o texturas llamativas como el dorado o *animal print*; otros visten prendas con emblemas como “Sorry girls, I like boys” (Lo siento chicas, me gustan los chicos). Los accesorios más usados son bolsos, bufandas, mascaradas y sombreros, todos varían según los gustos y tendencias.

En las mujeres son menos evidentes los signos que las definen como gay, algunas visten faldas y vestidos, aunque la mayoría prefiere los pantalones y las playeras o camisas. El maquillaje es escaso y los peinados discretos. Muchas se comportan o asumen actitudes de hombre. En el caso de los *travestis* la ropa y accesorios de mujer delatan su condición.

La forma de vestir representa información social visible que los visitantes asocian con sus preferencias sexuales y con el rol que asumen en sus relaciones con los otros. Por ejemplo, una persona (hombre) que utiliza ropa ajustada, de colores femeninos, que generalmente utiliza un color de pelo llamativo, maquillaje y bolso tiende a ser asociado con el rol sexual pasivo, es decir, el que tiene connotación femenina en la relación homosexual. Por el contrario, aquellos que visten de una manera más discreta, sin maquillaje, pero sin descuidar su imagen corporal, son asociados con el rol activo, la parte masculina de la relación homosexual.

En los espacios gay, la forma de vestir también puede indicar el tiempo que tienen en el “ambiente”. Alguien que viste de manera más casual sin preocuparse mucho por su imagen puede dar la impresión de apenas iniciar su contacto con el mundo gay. Generalmente alguien con una vestimenta más excéntrica o aventurada puede indicar a una persona aceptada y adaptada al ambiente homosexual.

Debido a que el visitante en su vida cotidiana no está familiarizado con el “ambiente”, el conocimiento del arcoíris como símbolo de preferencia homosexual,

es una información social útil para poder convivir con personas que le interesan, sin temer a equivocarse. Incluso puede distinguir entre un visitante o un residente de la ciudad.

**Foto 5: Atributos sociales asociados a la imagen**



Fuente: Trabajo en campo, 2013

En los espacios, los movimientos son atributos especialmente efectivos para llamar la atención, facilitando la identificación de los visitantes que comparten preferencias sexuales con sus iguales. Sin embargo, a los visitantes se les dificulta explicarlos, pues manifiestan que es algo que los identifica aunque no encuentran palabras para definir como lo hacen. Los movimientos amanerados, delicados y de poses o, resaltando la cadera son asociados a la homosexualidad. Cuando platican mueven mucho las manos. Al sentarse es usual que crucen la pierna y mientras conversan se acarician el cabello. Al fumar, lo hacen de manera delicada.

La mirada fija y expresiva indica el gusto por una persona; al bailar es común que la persona interesada en iniciar una relación, acerque su cuerpo al del otro, esta cercanía ayuda a comprobar si existe una atracción física entre ambas personas. Dependiendo del rol varía la posición al bailar, generalmente el individuo activo se coloca detrás del pasivo para poder abrazarlo e interactuar con él.

Los símbolos que también están asociados a la homosexualidad de los visitantes, son los que decoran los espacios gay. Tal es el caso de las banderas y cristales que asemejan un arcoíris, las estatuas y murales homoeróticos en *Skandalo* y en *403*, los mensajes en las paredes en *403*, y el juego de colores en las luces de todos los espacios.

A través de una interacción más cercana con los individuos se reconocieron atributos como el vocabulario y las actividades de esparcimiento.

La forma en la que se expresa el individuo, pone en evidencia su preferencia sexual, es decir cuando los visitantes abordan o son abordados por otra persona e inician una conversación, pueden darse cuenta si es del “ambiente” al reconocer algunos términos, que sólo ellos entienden, como por ejemplo: se alude al “ambiente” para indicar su preferencia homosexual, y como “buga” a la preferencia heterosexual; en una relación homosexual masculina el significado de los roles “activo” y “pasivo” indican la postura sexual análoga entre lo masculino y femenino respectivamente. Otros términos que se utilizan como parte del vocabulario son: “vestidas” para los travestis, “lenchas” para las lesbianas y “chichifo (a)s”, palabra despectiva sinónimo de promiscuo (a) o prostituta.

El reconocimiento de estas palabras favorece una comunicación fluida entre los visitantes y las personas que encuentra. Se expresan confiadamente, ya que asumen que quien utiliza estas palabras y conoce su significado, comparte aspectos en común con ellos.

El vocabulario se adquiere conforme el visitante se adentra en el ambiente gay. La mayoría de ellos no conocía ni utilizaba estas palabras hasta antes de asistir a los espacios de convivencia. El manejo del vocabulario está en función de la frecuencia con que asisten a los espacios de convivencia o de los contactos sociales gay que han tenido. Estos atributos reflejan sólo una parte de la personalidad por lo que usualmente se apoyan de otros atributos para facilitar la convivencia entre personas gay.

Con respecto a la convivencia, esparcimiento y diversión son actividades que realizan los visitantes en los espacios, destacando las fiestas temáticas, los *shows travestis* o de *strippers*, la música, los concursos y la diversidad de personas que tienen afinidades con ellos. Estas actividades pueden asociarse a la información social, ya que tienen un significado para los asistentes.

Tanto los espacios como las actividades de esparcimiento y diversión no son fáciles de encontrar en el lugar de origen de los visitantes. Ambos son asociados con la actitud desinhibida, el juego de género, la seducción, el erotismo y presentarse en pareja ante la comunidad. La coreografía colectiva es un símbolo que favorece la convivencia entre homosexuales.

En los espacios un concepto muy difundido entre los visitantes es el de *after*, es decir, seguir la fiesta después de la convivencia en determinado espacio. Si bien no es exclusiva del colectivo gay, se presenta con mayor frecuencia entre homosexuales que entre heterosexuales. Brinda la oportunidad a los individuos que recién tuvieron contacto, continuar conociéndose, ya sea en la casa de un conocido, un bar o un hotel.

La finalidad de exponer la información social por parte de los visitantes y residentes que asisten a los espacios gay es interactuar en un ambiente de convivencia diferente al de su lugar de residencia. Por lo que exhiben abundante información sobre su persona para atraer la atención de otras personas que les parecen interesantes.

Los símbolos o atributos que se reconocen entre asistentes no son suficientes para asegurar los intereses y/o preferencias sexuales que desean demostrar las personas; más bien la suma de todos los atributos, incluyendo los que no se aprecian de forma inmediata, conforman la personalidad del individuo.



### Foto 6: Información social entre iguales



Fuente: Trabajo en campo, 2013

#### 4.3 Desplazamiento turístico: identidad virtual e identidad real

Es conveniente saber si la información social del visitante gay es controlada o encubierta, situación que ayudaría a explicar si el turismo gay que se lleva a cabo en la ciudad de Toluca se vincula con el estigma de los homosexuales, por lo que en este apartado en principio se hace referencia a dos términos que definen la identidad real y la identidad virtual del individuo, uno de ellos es desacreditable, entendido como la condición de diferente que, no es percibida inmediatamente por las personas que lo rodean, y puede controlar la información social para ocultar una condición que no es apreciada por el resto de la sociedad. A esto se le denomina encubrimiento.

Desacreditado es un término que se le adjudica a la persona que no puede ocultar su estigma. La diferencia entre desacreditado y desacreditable es que en el primero, el estigma es evidente y solo puede manejar la tensión que provoca en la sociedad. En el segundo caso, el manejo de la información social propicia que el individuo presente dos identidades de acuerdo al lugar o situación, siendo éstas la identidad social real y la identidad social virtual.



La homosexualidad es un estigma desacreditable, debido a que es posible controlar la información social. En este sentido el individuo manifestará su identidad social virtual y su identidad social real dependiendo del lugar en el que se encuentra. De tal manera que en su lugar de residencia prevalecerá la identidad virtual y en los espacios de convivencia ubicados en Toluca la identidad real, ya que en donde habitan no existen espacios dirigidos a la comunidad gay, aunque en algunos espacios son “admitidas” algunas expresiones de su homosexualidad. Por lo que prefieren asistir a los espacios de Toluca pues tienen más posibilidades de interactuar y conocer a más personas gay, mostrando su identidad social real.

Con relación a espacios de convivencia para personas homosexuales ubicados en municipios del Estado de México menos urbanizados que Toluca, de acuerdo con la información proporcionada, no existen, aunque hay centros nocturnos dirigidos al público heterosexual que también reciben a individuos gay en donde son tolerados por el personal de servicio y algunos clientes, pero existe la posibilidad de que sean agredidos física o verbalmente.

En otros municipios la opción que tienen las personas homosexuales para convivir y divertirse son las fiestas organizadas en el domicilio de algún lugareño. En estas fiestas se dan cita los individuos que pertenecen a un círculo social muy cercano a los organizadores, todos deben ser de confianza y discretos con relación a su preferencia. Debido al temor de que alguien los pueda delatar, prefieren desplazarse a los espacios nocturnos de la ciudad de Toluca, ya sea solos o acompañados.

Independientemente de si los visitantes eligen mostrar su identidad virtual o identidad real, todos consideran que ser homosexuales los hace susceptibles de discriminación. La mayoría de visitantes ha sido discriminada por lo menos alguna vez, en particular aquellos que aceptan su preferencia sexual sin complejos. Quienes muestran su identidad virtual en general no han sido discriminados, pero

si quisieran mostrar su identidad real en su lugar de residencia, piensan que pueden ser agredidos física o verbalmente.

La discriminación que han padecido estos individuos se da en su entorno cotidiano. En su núcleo familiar, las personas con las que tienen parentesco son quienes los han juzgado, criticado o agredido físicamente. Reconocen que en el trabajo y en la escuela también son discriminados, aunque entre sus amigos y compañeros de trabajo existe una mayor aceptación de la homosexualidad que en el entorno familiar.

En nuestro país califican las acciones de discriminación como consecuencia de la forma de pensar de la sociedad. En las comunidades rurales o semiurbanas existen todavía prejuicios y paradigmas relacionados con la sexualidad y los roles que se deben asumir. Los visitantes no culpan a sus familiares por las actitudes que tienen con ellos, pues señalan que el medio es el que establece las pautas a seguir y no todas las personas cumplen con lo que debería ser.

Es muy frecuente que los visitantes homosexuales en sus lugares de origen ya sea en la escuela o en el trabajo, sean agredidos verbalmente, con insultos, hostilidad, burlas y comentarios de doble sentido. Aunque también en fiestas o reuniones sociales los han agredido físicamente otros hombres.

En general los visitantes gay que acuden a espacios de la ciudad de Toluca, no aceptan su identidad real en su lugar de residencia. Algunos la muestran con sus amigos más cercanos e incluso en su trabajo, pero no con su familia. Pues más allá de la discriminación, o de aceptar su homosexualidad los visitantes consideran que pueden evitar problemas, como por ejemplo: disgustos o peleas con familiares, menores posibilidades de encontrar un empleo, demérito en su calidad profesional o académica, entre otras. Por lo que prefieren no hacer evidente su identidad real, aunque algunos no la ocultan si alguien llega a preguntar.

Lo anterior significa que en su entorno cotidiano los visitantes asumen el atributo de desacreditable con respecto a su preferencia sexual. Sobre todo por las

expectativas y demandas de las personas con las que interactúa, quienes conciben el atributo de la heterosexualidad como lo más deseable para la convivencia en sociedad.

Por lo anterior, el visitante a los espacios gay exterioriza una identidad virtual acorde a las expectativas de la sociedad de su entorno cotidiano, separando su homosexualidad y sus atributos. Es decir, el visitante encubre la información social que puede descubrir su homosexualidad.

Otra parte importante de la dinámica social que se presenta en los espacios de Toluca es la expresión de su sexualidad durante su visita. Al respecto manifiestan tranquilidad al convivir en lugares alejados de su lugar de residencia, donde difícilmente se encontrarán con algún conocido, vecino o familiar que pueda juzgarlos negativamente.

Los visitantes señalan que frecuentan estos espacios porque se sienten en libertad, desinhibidos y pueden ampliar sus contactos sociales sin riesgo de ser ofendidos; también por el trato que les da el personal y las demás personas que ahí encuentra, por la compañía de sus amigos y pasar un tiempo agradable.

Si bien la mayoría de los visitantes expresan que su forma de vestir no cambia radicalmente cuando acuden a los espacios gay, reconocen que se visten de una manera diferente a lo cotidiano. Algunos únicamente añaden una prenda a su atuendo (como una bufanda, mascada, sombrero o camisa llamativa) que los haga sentir más cómodos o atractivos para otras personas. Estos atributos relacionados con la imagen les ayudan a interactuar con otras personas, pero lo principal es evitar respuestas negativas a sus peticiones (sobre todo en el juego de roles).

Antes de llegar a los espacios, algunos visitantes asisten a un bar o casa a hacer un “precopeo”, esto les permite ser más desinhibidos. Dentro del espacio las personas se dejan llevar por el ambiente, consumen bebidas alcohólicas, bailan, platican con sus acompañantes y se animan con los *shows*. Aunque las personas que no estén habituadas a este ambiente o sean sus primeras incursiones,

pueden estar incómodas y turbarse ante el comportamiento gay. Establecen contacto social con otras personas de la misma preferencia sexual, hacen amistades, encuentran pareja. Cuando los visitantes son acompañados por amigos es más sencillo interactuar con otras personas.

El vocabulario simbólico es generalizado en los espacios y difícilmente es utilizado por los visitantes en su vida cotidiana. Solo lo utilizan con amigos gay o en espacios en donde se sienten en libertad, pues consideran que los asistentes están familiarizados y entienden su significado. La expresión corporal se relaciona con atraer la atención o el interés de otros visitantes.

### Foto 7: Interacción con los iguales



Fuente: Trabajo en campo, 2013

La mayoría del personal que atiende en los espacios tiene una preferencia sexual homosexual. Su empleo les permite obtener ingresos, divertirse y conocer personas de todo tipo con las que socializan, también pueden propiciar el encuentro entre las personas que se sienten atraídas.



Los visitantes comentan que el personal es amable, comprensivo y les da confianza para expresar su sexualidad, sin ser cuestionados ni agredidos. Con ellos pueden platicar sobre temas que no abordan con otras personas (sexualidad, tendencias, experiencias comunes, etc.).

Los visitantes afirman que en los espacios gay de Toluca, no tienen que preocuparse de “guardar apariencias” o cuidar sus actitudes de tal manera que el individuo muestra su identidad social real a través de información social que expresa su preferencia sexual y, en algunos casos, su calidad de visitante.

**Foto 8: Manifestación de la identidad real**



Fuente: Trabajo en campo, 2013

#### **4.4 Estigma y turismo gay**

En los lugares de origen de los visitantes, la homosexualidad es un estigma que los condiciona a buscar espacios en donde puedan expresar su identidad real e interactuar con sus “iguales”. En este sentido es posible afirmar que el desplazamiento de estos individuos a la ciudad de Toluca es consecuencia del descrédito amplio que los impulsa a encubrir su identidad social real en su lugar de residencia y a expresarla en los espacios de convivencia gay de Toluca.



El individuo estigmatizado podrá estar en diferentes lugares, donde el grado de aceptación puede variar, hasta encontrar aquellos espacios en los cuales pueda expresar los atributos de su estigma sin temor al rechazo. En la ciudad de Toluca los espacios son los que brindan al visitante gay la oportunidad de expresar su identidad real en un ambiente de convivencia y diversión.

Las relaciones que se crean en los espacios de convivencia son relevantes para los visitantes gay pues han hecho amistades con personas de otros municipios del estado y también de Toluca, con quienes han conocido otros espacios o realizado actividades recreativas. Algunos visitantes se han relacionado sentimentalmente, pero actúan con discreción.

Es común que los visitantes utilicen las redes sociales, así como telefonía celular para comunicarse a distancia con su pareja o amigos. Ello contribuye a que los visitantes se desplacen a otros espacios de convivencia gay para conocer a más individuos y participar en actividades diferentes.

Gran parte de los visitantes señalan que asistir a espacios de este tipo les permitió encontrar a personas con sus mismos intereses, así como identificar el significado de ciertos términos, formas de vestir y movimientos, que desconocían. Asimismo, estos espacios son parte especial de sus recuerdos al brindarles alegría, satisfacción personal, nuevas amistades y diversión.

### Foto 9: Contacto entre estigmatizados



Fuente: Trabajo en campo, 2013

Al desplazarse los visitantes gay a estos espacios hay un contacto entre los miembros de una misma categoría de estigmatizados, el reconocimiento de ser homosexual a partir de la información social les da mayor probabilidad de involucrarse en la dinámica gay.

Al respecto del reconocimiento de los visitantes a los espacios gay de Toluca, asumen que tienen preferencias sexuales por su mismo sexo, aunque no todos se reconocen como gay. Esto se debe a que el ser gay tiene una connotación más amplia que implica una forma de pensar, vestir y actuar que el gay muestra a los demás; mientras que otros individuos pueden ser bisexuales o se consideran heterosexuales, pero buscan nuevas experiencias.

En los diferentes casos (homosexual, bisexual, heterosexual) el estigma aplica de la misma forma, ya que en sus lugares de residencia todos encubren la información social. Por tanto, la presencia de una identidad virtual y una identidad real está estrechamente vinculada con el ocultamiento o la expresión de atributos sociales, sin profundizar en la categorización de gay. Esto no representa una

diferencia significativa en la dinámica social que se origina en el ámbito del turismo.

Los visitantes originarios de otros estados que tienen una mayor experiencia en el contacto con la comunidad gay en espacios ubicados en otros destinos, opinan que en Toluca las personas homosexuales a pesar de la “apertura” sexual que muestran, aún tienen muchos prejuicios. Sin embargo, en los espacios de convivencia gay interactúan visitantes y residentes de Toluca. Por lo general unos y otros aceptan su identidad real y se sienten reconocidos por sus “iguales”.

### Foto 10: Dinámica social gay



Fuente: Trabajo en campo, 2013

De la información de este capítulo se puede concluir que derivado de las necesidades de convivencia, recreación y diversión que tienen las personas homosexuales, y que no pueden satisfacer en sus lugares de origen, surge el turismo gay. Los turistas gay encuentran en los destinos a donde se dirigen espacios para convivir y divertirse de manera distinta a como lo hacen en su lugar de origen. En el caso de Toluca los antros gay son espacios de convivencia, esparcimiento y diversión no solo para los habitantes de la ciudad, sino también para personas provenientes de otros lugares.

Esta dinámica social se circunscribe en la modalidad de turismo gay por varias razones. Primeramente, existe un desplazamiento voluntario de personas provenientes de lugares emisores hacia un destino receptor (Toluca); es temporal porque su estancia es de una noche y usualmente se pernocta. Los motivos del desplazamiento son la búsqueda de esparcimiento, convivencia y diversión, los cuales están vinculados a la actividad turística. Asimismo, los espacios brindan sus servicios a un segmento muy particular, las personas con preferencia homosexual quienes acuden a los espacios para convivir en libertad y sin restricciones, en este sentido el turismo gay implica una ruptura con lo cotidiano, lo cual tiende a confirmar y/o modificar la identidad de los visitantes.

Se puede comentar que los espacios pasan a ser atractivos turísticos, ya que son el motivo principal por el que los visitantes se desplazan a Toluca, pero además favorecen la afirmación de la identidad real del individuo. Por último es importante enfatizar que el turismo gay puede posicionar a la ciudad de Toluca como un destino importante dentro del Estado de México.

## CONCLUSIONES

En esta investigación se analizó el papel preponderante que tienen los aspectos sociales en el desarrollo de la actividad turística, uno de estos es el estigma, concebido como un atributo desacreditador que condiciona el desplazamiento de individuos con atributos sociales específicos, hacia determinados destinos donde la información social no es menospreciada o desvalorizada por las personas con quienes conviven. Al respecto, algunos elementos relacionados con el binomio estigma-turismo los encontramos particularmente en la práctica turística gay que se lleva a cabo en la ciudad de Toluca.

Para explicar lo anterior, primero es necesario dejar de pensar en el turismo como un movimiento de masas hacia destinos reconocidos por su diversificada oferta turística que constituye una fuente de ingresos perceptible y se configura como la principal actividad de la localidad.

En segundo término, se debe considerar que el caso de Toluca rompe este paradigma, pues aunque no existe una oferta de establecimientos dirigidos específicamente al sector gay, ofrece las condiciones y espacios que permiten la convivencia, esparcimiento y recreación para que los visitantes de lugares cercanos a la ciudad, se reúnan, recreen y disfruten de la compañía de sus iguales, es decir, personas que comparten gustos y preferencias sexuales diferentes y están interesados en conocer e interactuar con personas de su mismo sexo. Propiciando una actividad turística que surge debido a las necesidades de aceptación de los individuos, más que ser una actividad planificada.

También hay que destacar que en la Ciudad de México o en Puerto Vallarta las condiciones que prevalecen para recibir al turismo gay son diferentes a las que predominan en la ciudad de Toluca, en donde los espacios de convivencia, recreación y diversión en los que se reúne la comunidad gay continúan siendo discretos y pasan desapercibidos para quienes no se involucran en el “ambiente”,



sobre todo porque socialmente la homosexualidad es percibida como un estigma, aunque no tanto como en otros municipios ubicados en la zona conurbada. Aún así se puede decir que en Toluca algunos espacios de convivencia, esparcimiento y recreación han logrado atraer y concentrar a visitantes que tienen su residencia en otros lugares; complementando su estancia, con servicios de establecimientos de hospedaje y de alimentos.

Derivado de lo anterior se puede argumentar que se logra el objetivo general de la investigación ya que efectivamente al interior de los espacios *Skandalo*, *Mangú Bar*, *Callejón 506 Café&Beer* y *403 Private Club*, el turismo gay que se desplaza a la ciudad de Toluca realiza actividades de convivencia, esparcimiento y diversión mostrando su identidad social real sin ser estigmatizados pues no son objeto de discriminación o rechazo. Aunque al momento de querer iniciar una relación entre iguales, alguien puede recibir negativas pero por cuestiones diferentes a su condición homosexual.

Es así que resulta importante el papel que desempeña la información social ya que solo a través de la identificación y reconocimiento de los atributos propios de la homosexualidad, el visitante interactúa con libertad y demuestra su identidad real, propiciando un sentido de pertenencia y la creación de relaciones sociales entre iguales, lo que influye en su continuo desplazamiento a la ciudad de Toluca y las visitas a uno de los espacios referidos.

Con base en la propuesta de Goffman, se puede decir que en la ciudad de Toluca, el visitante gay al llevar a cabo la actividad turística, vincula las dos facetas de su vida relacionadas con el ocultamiento del estigma (identidad virtual e identidad real). Es decir, el turismo representa el medio a través del cual el individuo matiza las dos identidades: en su lugar de residencia el estigma sobre su homosexualidad determina el encubrimiento de la identidad real, generando una identidad virtual, no así en el destino, en donde muestra su identidad real. En este sentido el desplazamiento se concibe como una necesidad del individuo, ya que mediante la

convivencia, diversión y recreación, se libera de las restricciones sociales a las que está sujeto en su entorno diario.

La elección de los espacios a visitar por el sector gay, depende de la discreción del lugar, la decoración con atributos relacionados a la homosexualidad, el buen trato por parte del personal y la facilidad de encontrar transportación; pero sobre todo depende de las opciones de esparcimiento, convivencia y del contacto que puedan tener con otros miembros del colectivo, lo que en su conjunto permite que su estancia sea agradable en la medida que pueden demostrar su identidad real sin ser estigmatizados.

Por tanto, se comprueba la hipótesis, al afirmar que *Skandalo Discoteque, Mangú Bar, Callejón 506 Café&Beer y 403 Private Club* son espacios que facilitan la convivencia, esparcimiento y diversión a personas con preferencias sexuales diferentes, permitiéndoles mostrar su identidad social real sin ser estigmatizados. Es así que los espacios referidos son atractivos para el sector gay, y por lo tanto en la ciudad de Toluca hay un turismo gay que se desplaza continuamente.

Por último, cabe destacar que en México hablar del turismo gay implica abordar de cierta forma la concepción que se tiene de la homosexualidad en nuestro país, ya que en el contexto general la aceptación social de personas con preferencias por los de su mismo sexo es aún muy limitada y excluyente, en este sentido se puede argumentar que la homosexualidad aún es percibida como un atributo desacreditador, por lo que es importante señalar que desde la perspectiva social el turismo posibilita la participación de todos los sectores de la población, uno de éstos es la comunidad gay, la cual ha encontrado en la actividad turística, la respuesta a sus necesidades de aceptación y reconocimiento. Por lo que se puede aseverar que el turismo gay que se lleva a cabo en los espacios estudiados, contribuye al enriquecimiento y desarrollo de la identidad real de los visitantes homosexuales.

## SUGERENCIAS

A partir de los resultados que se obtuvieron del estudio realizado se plantean algunas sugerencias generales con relación al turismo gay que se presenta en *Skandalo, Mangú Bar, Callejón 506 Café&Beer y 403 Private Club*, espacios de convivencia, recreación y diversión ubicados en la ciudad de Toluca. El propósito que se persigue es que la visita que hace el sector homosexual contribuya a mejorar su convivencia y fortalecer su reconocimiento.

- Gestionar convenios con algunas bases de taxis del municipio de Toluca que ofrezcan un servicio de transporte seguro para los visitantes. Aunque esto ya lo hacen algunos establecimientos, debe ampliarse a todos los espacios, sobre todo por los horarios en los que cierran. Los taxistas pueden incrementar su tarifa a cambio de un servicio seguro y de calidad, que evite conductas discriminatorias hacia los usuarios y brinde información sobre otros lugares de interés para la comunidad gay.
- Contratación de personal homosexual para servir como meseros o *barman*. En algunos espacios esto ya se hace, pero es importante aumentar este tipo de personal, pues está familiarizado con la información social del colectivo gay y por lo tanto se evitaría algún rechazo hacia los visitantes.
- Es importante que el personal esté preparado para brindar información acerca de algunas opciones de hospedaje y de otros espacios de convivencia para el sector gay.
- Procurar que la información solicitada a los espacios a través de las redes sociales, sea atendida por personal gay que muestre disponibilidad y conocimiento del “ambiente”, con el fin de apoyar al visitante en sus primeras incursiones y de garantizar la visita

continúa al espacio. Ello debido a que frecuentemente estos medios de contacto sirven para que el visitante aclare dudas acerca de la localización del espacio, las actividades o eventos que realiza y el costo por los servicios ofrecidos.

- Fortalecer las relaciones entre los diferentes espacios para la organización de eventos conjuntos y que se promocionen mutuamente. Se considera que esto ayudará a que el visitante pueda ampliar por una parte su dinámica social gay, al convivir e interactuar con personas diferentes, y por otra su actividad turística.
- Implementar y/o incrementar actividades que favorezcan la convivencia y propicien el contacto entre visitantes y residentes como por ejemplo: concursos de parejas o mejores amigos, *speed datings*, disfraces, coreografías, entre otros; en los que premien a los ganadores con algunos productos o descuentos. Esto podría incluir eventos o días en los que se brinde descuento a los visitantes o que las actividades sean para un grupo en específico.
- Conformar una organización que agrupe a los espacios gay de Toluca, de manera que puedan participar activamente en las propuestas que han formulado organizaciones, como el CODISEM, para fomentar la convivencia y tolerancia hacia el colectivo LGBTTTI. La idea es brindar mayor proyección a los espacios comprometidos con el respeto a los derechos de dicha comunidad.
- Los dueños y/o administradores de los espacios gay, en colaboración con otras organizaciones, puedan llevar a cabo una campaña de promoción dirigida a visitantes gay potenciales, incluyendo información relevante hacia el segmento gay y los servicios que ofrecen, ya sea en medios impresos o digitales.

- Antes de visitar cualquiera de los espacios gay, es conveniente que el visitante se informe acerca de su ubicación, costos de servicios, medios de transporte, así como posible lugar de hospedaje (si desea pasar la noche ahí).
- Considerar la opción de asistir acompañado por otros individuos gay, lo que puede ayudar a reducir gastos de transporte y hospedaje, o disminuir riesgos de asaltos.
- En los espacios gay de Toluca el visitante tiene la oportunidad de usar símbolos que denoten información social acorde a sus gustos.
- En vista del incremento de individuos gay que se desplazan hacia a Toluca, conformar una asociación de visitantes gay para difundir los espacios gay, actividades, eventos y sugerencias.



## FUENTES CONSULTADAS

### Bibliográficas

- Boullón, Roberto C. (1983) *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista*. Tercera edición. México: Trillas.
- De la Torre Padilla, Oscar (1980) *El turismo: fenómeno social*. Primera edición. México: Fondo de Cultura Económica.
- Gaxiola Aldama, Ruth (2010) *Turismo sexual masculino en Tijuana: agentes y prácticas sexuales espaciotemporales*. Primera edición. México: El Colegio de la Frontera Norte.
- Goffman, Erving (2010) *Estigma. La identidad deteriorada*. Segunda edición. Argentina: Amorrortu Editores.
- Hughes, Howard L. (2006) *Pink tourism: holidays of gay man and lesbians*. Primera edición. Reino Unido: CABI Internacional.
- López Sánchez, Ángel Alfredo y Rodríguez Elías, Joan Manuel (2002) *Efectos del turismo gay en Puerto Vallarta*. Tesis de Licenciatura, número de catálogo E73, Licenciatura en Turismo de la Facultad de Turismo de la UAEM, febrero de 2002. Estado de México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Mathieson, Alister y Wall, Geoffrey (1990) *Turismo: repercusiones económicas, físicas y sociales*. Primera edición. México: Trillas.
- Montaner Montejano, Jordi et al (1998) *Diccionario de turismo*. Primera edición. Madrid: Síntesis.

- Monterrubio Cordero, Juan Carlos (2011) *Turismo y cambio sociocultural: una perspectiva conceptual*. Primera edición. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Ramírez Blanco, Manuel (1992) *Teoría General del Turismo*. Tercera edición. México: Diana.

## Hemerográficas

- Callejas Fonseca, Leopoldo y Piña Mendoza, Cupatitzio (2005), “La estigmatización social como factor fundamental de la discriminación juvenil”. *El Cotidiano*. Ediciones de la Universidad Autónoma Metropolitana, núm. 134, noviembre-diciembre 2005. México: UAM, 64-70.
- Freixas Farré, Anna y Juliano Corregido, Dolores (2008), “Un sector susceptible de doble marginación: mujeres mayores que ejercen o han ejercido la prostitución”. *Anuario de psicología*. Ediciones de la Universitat de Barcelona, núm. 1, abril 2008. España: Universitat de Barcelona, 93-100.
- González Pérez, César Octavio (2001), “La identidad gay: una identidad en tensión. Una forma para comprender el mundo de los homosexuales”. *Desacatos*. Ediciones del Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, núm. 006, primavera-verano 2001. México: Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, 97-110.
- Kawulich, Bárbara B. (2005), “La observación participante como método de recolección de datos”. *Forum: Qualitative Social Research*. Ediciones de la Universidad de Georgia, num. 2, mayo 2005. Carrolton: Universidad de Georgia, 1-32.
- López López, Álvaro y Carmona Mares, Rosaura (2008) “Turismo sexual masculino-masculino en la Ciudad de México”. *Teoría y praxis*. Ediciones

del Instituto de Geografía, núm. 5, 2008. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México, 99-112.

- Moner Korflür, Caryn et al (2007), “Oferta y demanda en el mercado turístico homosexual: una propuesta de estrategias de intercambio para la mejora del marketing en el segmento”. *Cuadernos de turismo*. Ediciones de la Universidad de Murcia, núm. 020, julio-diciembre 200. España: Universidad de Murcia, 171-197.
- Monterrubio Cordero, Juan Carlos (2008), “Comunidades receptoras y percepciones: un estudio sobre turismo y sexualidad”. *Teoría y praxis*. Ediciones del Instituto de Geografía, núm. 5, 2008. Ciudad de México: Universidad Autónoma de México, 145-160.
- Monterrubio, Juan Carlos (2009) “Identity and sex: current aspects of gay tourism”. *Tourismos: an international multidisciplinary journal of tourism*. Ediciones de la University of Aegean, vol. 4, núm. 2, otoño de 2009. Grecia: University of Aegean, 155-167.
- Vidal Pollarolo, Paulina (2002), “La identidad estigmatizada”. *Polis*. Revista de la Universidad Bolivariana, núm. 003, 2002. Chile: Universidad Bolivariana, 1-9.

## Electrónicas

- Gay Cancun Guide (2012) *Cancun*. Página web. Estados Unidos: Gaytravel.com. Disponible en: <http://www.gaytravel.com/gay-guides/cancun> [consultado el 4 de noviembre de 2012].
- Gay Guide Vallarta (2012) Puerto Vallarta Gay. Página web. Estados Unidos: Marked Page Publications. Disponible en: <http://www.gayguidevallarta.com/?lang=es> [consultado el 6 de noviembre de 2012].

- IGLTA (2012) *The IGLTA Foundation*. Página web. Estados Unidos: International Gay & Lesbian Travel Association. Disponible en: <http://www.iglta.org/foundation/> [consultado el 23 de septiembre de 2012].
- Johnson, Ian (2011) Cuál es el destino turístico gay más popular en México. Página web. Estados Unidos: OutNow Global. Disponible en: <http://www.outnowconsulting.com/latest-updates/press-centre/cu%C3%A1l-es-el-destino-tur%C3%ADstico-gay-m%C3%A1s-popular-en-m%C3%A9xico.aspx> [consultado el 28 de octubre de 2012].
- Ramírez, Erick (2012) *Cancún y DF le quitan turismo gay a Vallarta*. Página web. México: El Economista. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx/finanzas-publicas/2012/06/28/cancun-df-le-quitan-turismo-gay-vallarta> [consultado el 4 de noviembre de 2012].
- Ruiz, Gabriela y De la Rosa, Jorge (2010) *Centros de consumo y vida nocturna del segmento LGBT*. Documento electrónico. México: Secretaría de Turismo del Gobierno de Distrito Federal. Disponible en: <http://www.mexicocity.gob.mx/media/biblioteca/ponencias1erclgbt/gabrielaruiz-jorgedelarosa.pdf> [consultado el 28 de octubre de 2012].
- SECTUR (2009) *Boletín: Hechos y Tendencias del Turismo. Documento electrónico*. México: Secretaría de Turismo. Disponible en: [http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/3\\_hechos\\_y\\_tende/hec112009.pdf](http://datatur.sectur.gob.mx/work/docs/3_hechos_y_tende/hec112009.pdf) [consultado el 25 de agosto de 2012].
- SECTUR GDF (2010) *Merkdo gay en México... “una valiosa oportunidad”*. Documento electrónico. México: Secretaría de Turismo del Gobierno del Distrito Federal. Disponible en: <http://www.mexicocity.gob.mx/media/biblioteca/ponencias1erclgbt/alejandrorreyes.pdf> [consultado el 10 de noviembre de 2012].

- SEDETUR Guanajuato (S/F) *Tendencias de hospedaje*. Documento electrónico. México: Secretaría de Desarrollo Turístico del Estado de Guanajuato. Disponible en:<http://sedetur.guanajuato.gob.mx/descargables/descargas/1/Tendencias%20de%20Hospedaje%20Resumen.pdf> [consultado el 23 de septiembre de 2012].
- Vázquez, Jesús (2012) *Cancún desplaza a Puerto Vallarta como destino LGBT*. Página web. México: El Economista. Disponible en: <http://eleconomista.com.mx/estados/2012/09/09/cancun-desplaza-puerto-vallarta-como-destino-lgbt> [consultado el 4 de noviembre de 2012].



## ANEXOS



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA

### ANEXO 1

#### GUÍA DE ENTREVISTA A VISITANTES GAY QUE SE DESPLAZAN A ESPACIOS DE CONVIVENCIA, ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN EN LA CIUDAD DE TOLUCA

**Objetivo:** Conocer la información social que permite la convivencia, esparcimiento y diversión de visitantes gay en espacios de la ciudad de Toluca.

Edad \_\_\_\_\_ Ocupación \_\_\_\_\_ Nivel de estudios \_\_\_\_\_

Procedencia \_\_\_\_\_ Espacio visitado \_\_\_\_\_

*Instrucciones: Por favor se le solicita contestar las siguientes preguntas de la manera más amplia y detallada posible.*

1. ¿Con qué frecuencia visita este antro ubicado en la ciudad de Toluca?

- a) Una vez por semana      b) Días feriados      c) Cada quince días      d) Una vez por mes      e) Otro  
¿Cuál? \_\_\_\_\_

2. ¿Usualmente en compañía de quién acude a este lugar?

- a) Amigos      b) Familiares      c) Compañeros de trabajo      d) Pareja      e) Otro  
¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿De qué manera se enteró de la existencia de este antro?

- a) Por amigos      b) Radio      c) Redes sociales/Internet      d) Carteles, folletos      e) Otro  
¿Cuál? \_\_\_\_\_

4. ¿Qué servicios ofrece el establecimiento y cuáles ha utilizado usted?

5. ¿Cuáles son las razones por las que visita este espacio? (Puede señalar más de una opción)

- a) Por gusto      b) Me siento libre      c) Me gusta el servicio      d) Aquí vienen mis amigos      e) Las personas son amables conmigo
- f) Nadie me mira raro      g) El personal siempre tiene buena actitud      h) En donde vivo no hay un lugar como este      i) Aquí me aceptan como soy      j) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_

6. ¿En su lugar de residencia existen lugares de diversión para la comunidad gay?  
a) Si      ¿Cuántos? \_\_\_\_\_      b) No

7. En caso de que su respuesta sea afirmativa ¿cuáles son las diferencias entre este antro y los que existen en su lugar de residencia?

8. ¿Cuál espacio prefiere para divertirse, el que se ubica en Toluca o el que esta en su lugar de residencia?

- a) El que se ubica en Toluca ¿Por qué? \_\_\_\_\_  
b) El que se ubica en su lugar de residencia ¿Por qué? \_\_\_\_\_

9. ¿Considera que tiene preferencias sexuales por su mismo sexo?

- a) Si      b) No      Justifique su afirmación \_\_\_\_\_

10. En caso de que su respuesta sea afirmativa, ¿ha sido rechazado socialmente por ello?

- a) Si      b) No

11. De ser así señale quienes lo han rechazado

- a) Amigos      b) Compañeros de trabajo      c) Familiares      d) Otros, ¿Quiénes? \_\_\_\_\_

¿A qué cree que se debe? \_\_\_\_\_

12. ¿Alguna vez lo han molestado u ofendido, ya sea verbalmente o físicamente?

- a) Si      b) No

¿Cuál considera que fue el motivo? \_\_\_\_\_

13. ¿Se considera gay por visitar este tipo de lugares?

- a) Si      b) No

¿Por qué? \_\_\_\_\_

14. ¿Usted acepta su preferencia sexual en su ámbito de convivencia cotidiano?

- a) Si b) No  
 ¿A qué se debe? \_\_\_\_\_
15. ¿Este antro le permite aceptar su condición de homosexual?  
 a) Si b) No  
 ¿Por qué? \_\_\_\_\_
16. Si la respuesta es afirmativa ¿cuál es la forma de expresar su condición homosexual?
17. En sus visitas a este espacio ¿usualmente la ropa u accesorios que utiliza son diferentes a los que usa en su entorno social cotidiano?  
 a) Si ¿Cuáles son? \_\_\_\_\_  
 ¿Qué significan para usted? \_\_\_\_\_  
 b) No ¿Por qué? \_\_\_\_\_
18. ¿Usted se comporta de manera diferente cuando visita este espacio?  
 a) Si ¿De qué manera? \_\_\_\_\_ b) No  
 ¿Por qué? \_\_\_\_\_
19. Durante sus visitas, ¿cómo puede definir su comportamiento?
20. ¿Utiliza palabras o movimientos diferentes a los que cotidianamente usa?  
 a) Si ¿Cuáles son? \_\_\_\_\_  
 ¿Qué significan para usted? \_\_\_\_\_  
 b) No ¿Por qué? \_\_\_\_\_
21. ¿Siente confianza de mostrar su preferencia sexual en el antro?  
 a) Si b) No  
 ¿Por qué? \_\_\_\_\_
22. ¿Considera que en este espacio es aceptado y puede expresar su identidad real?  
 a) Si ¿Puede definir por qué es aceptado? \_\_\_\_\_  
 ¿Cómo expresa su identidad real? \_\_\_\_\_  
 ¿Qué significa para usted ser aceptado? \_\_\_\_\_  
 b) No ¿Por qué? \_\_\_\_\_
23. ¿En este antro ha sufrido discriminación?  
 a) Si ¿Puede describir el tipo de discriminatorio? \_\_\_\_\_  
 ¿De parte de quién? \_\_\_\_\_  
 ¿Qué significado tiene para usted esa discriminación? \_\_\_\_\_

- b) No ¿A qué cree que se deba? \_\_\_\_\_
24. ¿En el antro reconoce algunas características que definen la preferencia sexual de las otras personas?
- a) Si ¿Cuáles son? \_\_\_\_\_
- b) No ¿A que se debe? \_\_\_\_\_
25. ¿En sus visitas al antro, establece contacto social con otras personas?
- a) Si \_\_\_\_ ¿De qué forma?
- a) Conversa con personas que no conocía    b) Hace nuevas amistades    c) Se relaciona sentimentalmente con otros    d) Otro ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- b) No ¿Por qué? \_\_\_\_\_
26. ¿En este espacio ha conocido personas con las que haya tenido relaciones sociales posteriores?
- a) Si ¿Puede definir cómo sucedió? \_\_\_\_\_  
¿Qué significan estas relaciones para usted? \_\_\_\_\_
- b) No ¿Por qué? \_\_\_\_\_
27. ¿Considera que sus visitas al antro le han ayudado a involucrarse en el medio social gay?
- a) Si ¿Puede definir de qué manera? \_\_\_\_\_  
¿Qué significa para Usted ser parte del sector social gay? \_\_\_\_\_
- b) No ¿Por qué? \_\_\_\_\_
28. ¿Cuándo viene a este antro se divierte y convive con otras personas?
- a) Si ¿De qué manera? \_\_\_\_\_  
¿Qué significa para usted? \_\_\_\_\_
- b) No ¿Por qué? \_\_\_\_\_
29. ¿Cuáles son las actividades que usted asocia a la diversión y la convivencia?
30. ¿Considera que el trato del personal hacia las personas que acuden al antro, es de respeto y aceptación hacia las preferencias sexuales diversas?

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO  
FACULTAD DE TURISMO Y GASTRONOMÍA



ANEXO 2

GUÍA DE OBSERVACIÓN A VISITANTES GAY EN ESPACIOS DE CONVIVENCIA,  
ESPARCIMIENTO Y DIVERSIÓN EN LA CIUDAD DE TOLUCA

**Objetivo:** Observar los atributos sociales y el comportamiento de visitantes gay en los espacios de convivencia, esparcimiento y diversión en la ciudad de Toluca.

1. ¿Qué características tiene el visitante que acude a este antro?

---

2. ¿Cómo viste el visitante (ropa u accesorios que usa)?

---

3. ¿Con qué tipo de personas se encuentra el visitante (edad, forma de vestir, etc)?

---

4. ¿Cuál es el comportamiento o actitud del visitante a este antro (relajado, se divierte, de respeto, coquetea, alegre, de convivencia, triste, de confianza, de aceptación, de rechazo, enojado, etc.)?

---

5. ¿Se encuentra sólo o acompañado? ¿Acompañado por quiénes?

---

6. ¿Qué tipo de actividades realiza (baila, toma alguna bebida, platica, etc)?

---



7. ¿Interactúa con personas de su mismo sexo? ¿De qué forma interactúa?

---

8. ¿Qué tipo de movimientos o ademanes hace?

---

9. ¿Qué tipo de palabras utiliza para dirigirse a los demás?

---

10. ¿El visitante establece contacto social con otras personas? ¿De qué forma?

---

11. ¿Cuál es el trato del visitante con el personal del antro?

---

Comentarios adicionales \_\_\_\_\_

---

<sup>i</sup> Nota: Las fotografías que muestran a los visitantes asiduos a los espacios gay de la ciudad de Toluca, fueron tomadas con el consentimiento de quienes aparecen en ella y su uso se limita a la presente investigación.