

25
ANIVERSARIO

Estudios y Perspectivas en Turismo



Volumen 24

Número 4

2015

ISSN 1851-1732



CENTRO DE INVESTIGACIONES Y ESTUDIOS TURÍSTICOS

Estudios y Perspectivas en Turismo

Comité Editor

Editora en Jefe

· Regina G. Schlüter · Universidad Nacional de Quilmes - Argentina

Equipo Editorial

· Paula D`Urso · Universidad Nacional de Quilmes - Argentina

· Marcelo D. García · Universidad Nacional de Quilmes - Argentina

Comité Editorial

- Salvador Anton Clavé · Universidad Rovira I Virigili - España
- Stella Maris Arnaiz Burne · Universidad de Guadalajara - México
- Alfredo Ascanio · Universidad Simón Bolívar - Venezuela
- Margarita Barretto · Universidad Federal de Santa Catarina - Brasil
- Mario Carlos Beni · Universidad de San Pablo - Brasil
- Alicia Bernard · Universidad de Las Américas Puebla - México
- Rodolfo Bertoncello · Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Juan Gabriel Brida · Free University of Bolzano - Italia
- Rossana Campodónico · Universidad de la República - Uruguay
- Alejandro Capanegra · Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Alfredo César Dachary · Universidad de Guadalajara - México
- Mariano Chirivella Caballero · Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Patricia Domínguez Silva · Universidad de las Américas Puebla - México
- Ana María Dupey · Universidad de Buenos Aires - Argentina
- Erdogan Ekiz · King Abdulaziz University - Arabia Saudita
- Cayetano Espejo Marín · Universidad de Murcia - España
- Sérgio Ferreira Lopes · Instituto Politécnico do Cávado e do Ave - Portugal
- José Manoel Gándara · Universidad Federal de Paraná - Brasil
- Luiz G. Godoi Trigo · Universidad de San Pablo - Brasil
- Margaret Hart · Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Jafar Jafari · University of Wisconsin-Stout - EE.UU.
- Maximiliano Korstanje · Universidad de Palermo - Argentina
- Javier de León Ledesma · Universidad de Las Palmas de Gran Canaria - España
- Anaida Meléndez U. · Universidad del Zulia - Venezuela
- José Mondéjar Jiménez · Universidad Castilla La Mancha - España
- Juana Norriid · Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos - Argentina
- Simão Oliveira · Instituto Politécnico de Leiria - Portugal
- Maribel Osorio · Universidad Autónoma del Estado de México - México
- Alexandre Panosso Netto · Universidad de San Pablo - Brasil
- Douglas Pearce · Victoria University of Wellington - Nueva Zelanda
- Mirian Rejowski · Universidad Anhembi Morumbi - Brasil
- María Luisa Rendón · Universidad del Centro - Perú
- Doris Ruschmann · Universidad do Vale do Itajaí - Brasil
- Eros Salinas Chávez · Universidad de La Habana - Cuba
- Agustín Santana Talavera · Universidad de La Laguna - España
- Miguel Seguí Llinàs · Universidad de las Islas Baleares - España
- María Jesús Such Devesa · Universidad de Alcalá - España
- Pablo Szmulewicz Espinosa · Universidad Austral de Chile - Chile
- Alicia Tagliorette · Universidad Nacional de la Patagonia Austral - Argentina
- Jean Max Tavares · Pontificia Universidad Católica de Minas - Brasil
- Raúl Valdez · Universidad de las Américas Puebla - México
- Fernando Vera Rebollo · Universidad de Alicante - España
- Alejandro Villar · Universidad Nacional de Quilmes - Argentina
- Jorge Zamora · Universidad de Talca - Chile
- Sandra Zapata Aguirre · Universidad Colegio Mayor de Antioquía - Colombia

Estudios y Perspectivas en Turismo es una publicación con referato de aparición bimestral que analiza al turismo desde la óptica de las Ciencias Sociales y constituye un foro interdisciplinario para la expansión de las fronteras del conocimiento en la materia.

Los artículos son arbitrados anónimamente y lo expresado constituye la exclusiva responsabilidad de los autores. El equipo editorial toma todos los recaudos disponibles para asegurarse que el contenido de esta publicación sea correcto. Por lo tanto, no asume ninguna responsabilidad por las consecuencias derivadas de una interpretación no adecuada o que induzca al engaño.

Registro de la propiedad intelectual número 117307. Queda prohibida la reproducción y la transmisión total o parcial por cualquier sistema de recuperación o método - incluyendo el fotocopiado, la grabación o cualquier sistema de recuperación y almacenamiento de información - sin autorización escrita del editor según Ley 11.723.

Los lineamientos para la preparación de artículos se encuentran disponibles en www.cieturisticos.com.ar y en www.estudiosenturismo.com.ar donde se pueden descargar los volúmenes en formato PDF a partir del número 12.

Estudios y Perspectivas en Turismo se encuentra indizada en:

- C.I.R.E.T.
- Latindex
- Qualis
- SciELO
- Unired
- Redalyc
- EBSCO
- DIALNET
- Informe Académico y Academic OneFile

Ha sido incorporada al Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas por Resolución 1071/07 del CONICET y renovada por el período agosto 2010 - julio 2013, según nota del 24 de noviembre de 2010 de CAICYT - CONICET.

© Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos

© Regina Schlüter

CANJE Y SUSCRIPCIONES

Toda información relativa a suscripciones anteriores al Volumen 17 (año 2008) favor de dirigirse a Fernando García Cambeiro, Latin American Books & Serials: cambeiro@latbook.com.ar

Por cualquier otra información adicional dirigirse a:

Av. Libertador 774 · 6to "W" | Código Postal: C1001ABU - Buenos Aires - Argentina

Teléfono / fax: (5411) 4815-3222 | Email: cietcr@uolsinectis.com.ar

Sitios web: www.cieturisticos.com.ar | www.estudiosenturismo.com.ar

Lineamientos para la preparación de artículos

Disposiciones generales. Estudios y Perspectivas en Turismo considerará para su publicación artículos que versen sobre los variados aspectos del fenómeno turístico: económicos, sociológicos, geográficos, antropológicos, psicológicos, etc. Los artículos deben hacer referencia a investigaciones científicas, o ser notas de investigaciones o resúmenes de obras relevantes. No se aceptarán ensayos de opinión ni piezas retóricas.

Procedimientos. Los trabajos recibidos serán sometidos a arbitraje anónimo por lo cual todo elemento identificatorio deberá ser eliminado. Deberán estar acompañados de un archivo en el que consten los datos de filiación del/los autor(es) (brevísimos currículum, dirección postal y dirección electrónica). Asimismo, se requerirá de él/ los autor(es) la declaración de no haber remitido y el compromiso de no remitir dicho trabajo simultáneamente a otros medios para su publicación.

Los artículos serán publicados en español y la dirección de la revista que se reserva el derecho de realizar los ajustes gramaticales necesarios. En caso de considerarse la no publicación de un trabajo se notificará al/los autor(es) a la brevedad. No se devolverán los originales corregidos por los árbitros.

Forma de presentación. Los artículos deberán estar escritos en letra Arial 10, interlineado 1,5 y dejando 3cm en los 4 márgenes. Su extensión ideal es de 20 carillas incluyendo tablas, imágenes y otros elementos gráficos. En la redacción no se permitirá la utilización de la primera persona del singular ni del plural (yo o nosotros) sino las formas impersonales (por ejemplo: “se presume” o “se llegó a la conclusión”).

Los originales constarán de un título en español y un título en inglés y un resumen en los dos idiomas, cada uno de estos últimos con un máximo de 250 palabras incluyendo las palabras clave. Deberán tener introducción, marco teórico, metodología, resultados, una conclusión o comentario final y referencias (bibliográficas, hemerográficas, electrónicas). Los subtítulos no deberán estar numerados y no se aceptarán notas al pie de página. Si hubiere agradecimientos, éstos se incluirán antes de las referencias.

Las citas dentro del texto se individualizarán con el siguiente orden de datos: Autor, fecha: Página(s); por ejemplo (Schlüter, 2008: 143). Los gráficos, tablas y mapas serán incluidos al final y numerados con números arábigos en orden progresivo haciendo una clara referencia en el texto al lugar donde deberán ser insertados.

Deberán estar hechos de manera tal que no requieran de ningún retoque posterior y ajustarse a las medidas de la página de Estudios y Perspectivas en Turismo. Se deberá citar la fuente debajo de cada uno, en Arial 9.

Con respecto a las referencias bibliográficas es indispensable que se consignen siguiendo el orden alfabético del apellido de los autores, año de edición, título completo, editorial, ciudad. Ejemplo: Schlüter, R. (2008) “Turismo. Una visión integradora”. Ciet, Buenos Aires

En el caso de revistas el orden de los datos es el siguiente: apellido y nombre del/los autor(es), año, título del artículo, nombre de la publicación de la que proviene, número del volumen, número de la revista entre paréntesis, numeración de las páginas que ocupa el artículo. Ejemplo:

César Dachary, A. & Arnaiz Burne, S. M. (2006) "El estudio del turismo ¿Un paradigma en formación?" Estudios y Perspectivas en Turismo 15(2): 179-192

Las referencias electrónicas deberán obedecer al mismo orden que las anteriores, colocando en seguida Disponible en: URL y día de consulta. Ejemplo:
Barretto, M. (2007) Turismo y Cultura. Relaciones, contradicciones y expectativas. Col. Pasos Edita n°1. ACA/Pasos, El Sauzal, Tenerife. Disponible en:
<http://www.pasosonline.org/Publicados/pasosoedita/PSEdita1.pdf>

Las referencias de sitios de Internet deberán obedecer al formato URL + fecha de acceso. Por ejemplo: www.wto.org. Acceso el 17/06/2013

Los originales se enviarán por correo electrónico en formato Word al mail cietcr@uolsinectis.com.ar con copia a regina.cieturisticos@gmail.com

NO SE ACEPTARÁN TRABAJOS QUE NO SE AJUSTEN Estrictamente A ESTOS LINEAMIENTOS

Número Especial

Turismo y sexo entre hombres

Editores invitados

Álvaro López López y Anne Marie Van Broeck

INDICE**Presentación****Turismo y sexo entre hombre. La complejidad del discurso y la praxis..... 780***Álvaro López López y Anne Marie Van Broeck***Turismo y Sexo****Una reflexión teórica desde el homoerotismo y el espacio..... 787***Anne Marie Van Broeck y Álvaro López López***Cuerpos de hombres en venta en ámbitos turísticos de la Ciudad de****México. Una perspectiva espacial 809***Álvaro López López, Oswaldo Gallegos Jiménez y Gino Jafet Quintero Venegas***Códigos encubiertos****Prostitución de varones y turismo sexual en Tijuana, México..... 825***Nora Leticia Bringas y Ruth Gaxiola***Universos paralelos. Turismo sexual comercial entre hombres en el****Puerto de Veracruz, México..... 848***Rosío Córdoba Plaza***Aspectos territoriales de la prostitución masculina vinculada con el****turismo sexual en Acapulco..... 867***Salvador Yolocuahtli Vargas y Brenda Alcalá***Entre el negocio y el placer****Turismo sexual masculino en Puerto Vallarta, México 889***Cristobal Mendoza***Construcciones socioculturales de la playa nudista****Entre lo liminar y el homoerotismo 908***Juan Carlos Monterrubio***La oferta de trabajo sexual masculino en el Perú****Su interacción con las demandas del turismo internacional 924***Carlos F. Cáceres, César R. Nureña y Ada Gomero*

Homoerotismo durante los viajes. El placer sexual entre hombres en espacios anónimos en Brasil y Portugal 943

Ricardo Lanzarini

Diferencias y desigualdades en los desplazamientos. Turistas e inmigrantes gay brasileños entre São Paulo (Brasil) y Barcelona (España)..... 963

Isadora Lins França

DOCUMENTOS ESPECIALES

Turismo y trabajo sexual masculino en Cancún - México..... 982

Lucinda Arroyo y Karina Amador

Sexo, Sol y Playa

El inconsciente del imaginario turístico en Mazatlán - México 993

Víctor Vladimir Sánchez Mendoza y Arturo Santamaría Gómez

RESEÑA DE PUBLICACIONES

Turismo y sexo en México..... 1014

Juana A. Norrild

PRESENTACIÓN

TURISMO Y SEXO ENTRE HOMBRES La complejidad del discurso y la praxis

Cuando las personas se encuentran fuera de sus ámbitos cotidianos, como ocurre en los períodos vacacionales, suelen modificarse sus normas comportamentales e incluso relajarse, de ahí que con frecuencia la literatura académica especializada aluda consistentemente a que el turismo incentiva la situación liminar (o también es de uso común el término en inglés *liminal*) del viajero. Esto es una posición o percepción del individuo en la que, fuera de sus condiciones cotidianas de vida, se siente con mayor libertad para ampliar ciertas limitaciones sociales, físicas o intelectuales; como lo sucedido con paseantes que pueden ver potenciada su interacción sexual con los acompañantes con quien iniciaron su periplo, con otros turistas conocidos en sus desplazamientos o con personas locales del lugar visitado.

Así, Anne Marie Van Broeck y Álvaro López López en el capítulo que abre este número especial de Estudios y Perspectivas en Turismo, *Turismo y sexo: una reflexión teórica desde el homoerotismo y el espacio*, y en base a una extensa revisión bibliográfica internacional, exponen los principales planteamientos sobre la relación entre turismo y sexo en lo general y sobre el turismo de prácticas homoeróticas en lo particular. Se evidencian las variadas posibilidades de interacción sexual entre hombres en contextos turísticos, en términos de los actores involucrados, las identidades de género y sexuales y los espacios abordados en el estudio de la literatura especializada, entre otros.

El artículo de Anne Marie Van Broeck y Álvaro López es una base teórica que puede contextualizar el resto de los artículos de este número especial que son variados entre sí, pues si bien tienen en común el abordaje de experiencias homoeróticas en atmósferas turísticas, cada uno tiene escenarios territoriales particulares que matizan la relación turismo-sexo, en especial si se reconoce que los autores provienen de disciplinas distintas como la Geografía, Antropología, Estudios Turísticos, Psicología, entre otras.

Turistas y varones locales

Desde el punto de vista territorial los estudios de caso de este número especial se centran en México, Brasil y Perú. Tres países que sin duda tienen un papel destacado en el mapa latinoamericano del turismo. Aunque esto no descarta el hecho de que en otros países de América Latina la relación turismo-sexo entre hombres también sea común, pero oculta a amplios sectores de

la población que desconocen las formas en que los hombres se relacionan sexualmente con otros hombres durante sus viajes, si bien distintas circunstancias han limitado su abordaje.

Además de su consideración por países los estudios de este número especial pueden agruparse de distintas maneras, pero quizá la más ilustrativa sea en función de los sujetos abordados centralmente en cada artículo. Los trabajos en ciudades mexicanas de Álvaro López, Oswaldo Gallegos y Gino Jafet Quintero (Ciudad de México), Nora Bringas y Ruth Gaxiola (Tijuana), Rosío Córdova (Veracruz), Salvador Vargas y Brenda Alcalá (Acapulco), Cristóbal Mendoza (Puerto Vallarta), Lucinda Arroyo y Karina Amador (Cancún), así como el de Perú de Carlos Cáceres, César Nureña y Ada Gomero (Lima, Cusco y Amazonas), centran su análisis en las perspectivas de los varones locales. En estos casos se trata de sexoservidores que se vinculan con turistas, principalmente turistas hombres, aunque en el texto de Cáceres Nureña y Gomero también mencionan relaciones entre varones locales denominados *bricheros*, término usado en la jerga local para aludir a los varones que indistintamente se vinculan con turistas varones o mujeres.

Los trabajos que se han referido a México tienen en común el haberse derivado de un proyecto desarrollado en el Instituto de Geografía de la UNAM (del 2007 al 2013) y coordinado también por Álvaro López y Anne Marie Van Broeck, sobre el trabajo sexual de varones que ofertan en forma significativa sus servicios a turistas. También tienen en común el haber empleado una base teórica análoga y que las entrevistas semiestructuradas hayan sido empleadas en todos los estudios; aunque los espacios de reflexión, y por lo tanto los resultados, tiene peculiaridades importantes. Por ejemplo, las ciudades de México y Tijuana son ciudades grandes y complejas en términos económicos, políticos y socioculturales. La primera es una megalópolis y capital federal y la segunda, limítrofe con Estados Unidos de América, responde a una dinámica turística binacional. Por su parte, Acapulco, Puerto Vallarta y Cancún son destinos de playa internacionalmente famosos, aunque en las dos últimas ciudades sea mucho mayor la presencia de turistas extranjeros que en la primera.

En contraste con los anteriores sitios señalados de México y Perú los trabajos de Juan Carlos Monterrubio (Zipolite), Ricardo Lanzarini (Brasil) e Isadora Lins França (Brasil), más bien centran su análisis en los visitantes, cuyos alcances territoriales y rutas predominantes de viaje son variados. En el caso del estudio de Juan Carlos Monterrubio más bien se abordan a los turistas que arriban a Zipolite y cuya procedencia puede ser nacional o internacional, dado que este lugar ha adquirido la fama de ser la playa nudista más importante de México, la cual también tiene cabida para las interacciones homoeróticas entre turistas o de turistas con locales. Por su parte, los estudios de Ricardo Lanzarini e Isadora Lins França se centran en el abordaje de los brasileños como turistas que durante sus viajes dentro o fuera de su país buscan la vivencia de experiencias sexuales en función de imaginarios predominantemente contruidos a partir de la subcultura *gay*.

Una primera dimensión importante en el análisis del turismo y el sexo en este número especial, que es abordada por Anne Marie Van Broeck y Álvaro López a partir de la literatura consultada, es la

discusión de si la interacción sexual es “el” propósito principal de alguien que tuvo o ha tenido experiencias sexuales en sus viajes. Si bien no se duda que en realidad exista este tipo de turismo y turistas, lo cierto es que la literatura académica internacional muestra que esto no es la norma, que más bien predominan los turistas que viajan con múltiples propósitos e incluso muchas veces la interacción sexual es resultado de situaciones coyunturales que se presentaron de forma no planeada en el lugar de destino, por aludir sólo a una posibilidad.

En concordancia con el párrafo anterior conviene señalar que Lanzarini refiere que muchos viajeros brasileños establecen contacto con varones locales a fin de tener experiencias sexuales, por lo que resulta interesante observar cómo el Internet y las nuevas tecnologías de comunicación permiten que los turistas puedan coordinar con antelación eventuales encuentros sexuales en sus destinos de arribo. Pero lo cierto es que en muchos casos el propósito del periplo de los sujetos estudiados ha sido, en primera estancia, el viaje de negocios. Por su parte, Cáceres, Nureña y Gomero mencionan que no hay evidencias que permitan afirmar que los visitantes extranjeros a Perú (en la Amazonía de Iquitos, Cusco o Lima) sean turistas sexuales y sigan un patrón de comportamiento similar al que define el turismo sexual. Más bien señalan que no es suficientemente clara la importancia que ponen los viajeros en la búsqueda de experiencias sexuales como una motivación que determine o no su viaje a tal o cual lugar.

En base a la literatura especializada, Van Broeck y López retoman los cuestionamientos de ¿cuál de los actores tiene un rol de viajero en el turismo-sexo? ¿Sólo el turista o también el poblador local pueden desplazarse a sitios turísticos en la búsqueda de vínculos sexuales con turistas? Normalmente se da por hecho que quien viaja es el turista buscador de sexo, pero lo cierto es que muchas personas que ofertan servicios sexuales suelen desplazarse a las zonas turísticas en temporadas altas. Así lo expresaron Córdova, Mendoza, Vargas y Alcalá, en el caso de centros litorales, donde varios sexoservidores provinieron de un entorno rural regional. Esto también se puede observar en França y Lanzarini, pues se dice que varios migrantes brasileños radicados en Portugal o España han ofrecido u ofrecen servicios sexuales a los turistas. Asimismo López, Gallegos y Quintero comentan que muchos de los trabajadores sexuales de la Ciudad de México se convierten en turistas cuando son invitados a ser compañías de turistas que desean hacer recorridos más allá de las fronteras de esta área metropolitana.

Los lugares y/o espacios de los encuentros

Es notorio que casi todos los casos de estudio, a excepción de la playa nudista mexicana de Zipolite, están centrados en contextos urbanos (ya sea de ciudades grandes como la Ciudad de México, Lima, Sao Paulo o Barcelona, o de ciudades medias o pequeñas como Tijuana, Veracruz, Acapulco, Puerto Vallarta, Cusco, Iquitos). Si bien esto puede tener varias explicaciones, las más contundentes tienen que ver con el anonimato del cual pueden gozar los turistas y los locales y con que estas localidades sean más tolerantes con las prácticas homoeróticas en relación a otras

localidades situadas en sus entornos regionales. En este sentido, aunque las ciudades no sean únicamente destinos *gays*, algunas como Barcelona o Puerto Vallarta son promocionadas frecuentemente como destinos *gays* a tal grado que França desvela que Barcelona es promovida como “*Una capital que inspira a vivir en libertad*”, en total alusión al ámbito *gay* y lésbico.

Son múltiples los espacios de encuentro homoerótico y los alcances de cada uno de ellos, pero pueden ir desde lugares de flirteo o “ligue” hasta aquellos que permiten los actos sexuales directos: espacios públicos como calles, plazas, parques centrales; espacios turísticos como hoteles; áreas *gay* donde se concentran negocios dirigidos a este público como bares, cafés, clubes privados y saunas; espacios con eventos temporales como marchas LGBTTTI o el festival de música electrónica de Barcelona más grande de Europa y dirigido a *gays*. Como se puede apreciar, son lugares que pueden estar destinados a un público *gay* o bien sitios donde los *gays* son bienvenidos o tolerados. De manera destacada se aprecia en las ciudades latinoamericanas, y muy especialmente en México y Perú, la existencia de dos tipos de espacios: el tradicional y el global. Al respecto vale la pena referir un fragmento de Córdova en este número especial.

Así, es posible apreciar que el trabajo sexual ligado al turismo presenta en Veracruz dos formas relativamente excluyentes, que es posible vincular con la conformación geo-histórica del puerto y sus actividades económicas. Por un lado, se encuentra el antiguo casco español que atrae a los visitantes por sus lugares de interés histórico, su colorido y sus actividades asociadas con una festiva cultura ‘caribeña’ y, por otro, la nueva infraestructura turística desarrollada en el municipio conurbado de Boca del Río, la cual ha permitido configurar un área muy cosmopolita en torno a grandes hoteles y centros de diversiones.

En esta cita se aprecian dos espacios que relativamente se pueden diferenciar en función de la forma en que se negocian la oferta y la demanda del homoerotismo: el tradicional y el global. En el primero aún persisten identidades locales o regionales tradicionales y en el segundo hay una asimilación de la subcultura *gay* y sus formas de interacción. Pero las interacciones homoeróticas no sólo se acuerdan en espacios cartesianos o físicos, también se pueden pactar en el ciberespacio como lo señala Lanzañini cuando habla de varones que se auto-identifican como heterosexuales casados que suelen viajar por sus trabajos y que pueden anticipar encuentros sexuales por Internet con otros varones, en espacios que asocian con momentos de libertad y que perciben como más seguros por el anonimato que supone la lejanía de casa.

Sexualidad en el turismo: de lo transaccional a las interacciones sin beneficios materiales

En los artículos de López y Van Broeck, así como en el de Cáceres, Nureña y Gomero, se explica que las interacciones entre dos o más personas que se involucran en una relación sexual pueden ser de diferente índole en términos de lo que media la relación, y puede ir desde una relación transaccional en donde se busca un reembolso monetario (cuyos actores locales son los trabajadores

sexuales) o bien gratificaciones por medio de regalos, invitaciones a restaurantes, bares u ofrecimientos de viajes que se obtienen como producto de la seducción (de varones que en México suelen denominarse “chichifos” y en Perú “bricheros”), hasta vínculos sexuales que no buscan beneficios materiales sino más bien de orden sólo sexual o sexo-afectivo.

En los trabajos de este número especial predominan los análisis de las relaciones basadas en el sexo transaccional y son más las del comercio sexual que las asociadas con gratificaciones no monetarias, sobre todo en México (Ciudad de México, Tijuana, Acapulco, Puerto Vallarta y Cancún) y Perú (Lima, Cuzco e Iquitos). Sin embargo, vale la pena destacar que muchas veces es difícil distinguir con claridad la línea limítrofe de estas dos formas de interacción y pactos entre varones como se verá en detalle en las lecturas correspondientes. Por otro lado, los estudios de Monterrubio, França y Lanzarini, si bien pueden aludir al sexoservicio más bien centran su reflexión en sujetos que buscan la interacción sexual en función de gratificaciones, o bien sin ningún interés de beneficio material, en donde más bien se establecen relaciones entre pares y que transitan del voyerismo al coito como lo señala Monterrubio en su artículo de este número especial.

La playa nudista pública es atractiva en la medida que ofrece un número amplio de oportunidades para los nudistas, desde voyerismo y exhibicionismo, hasta el coito y otras experiencias ampliamente determinadas por los significados atribuidos por los actores sociales.

Prácticas e identidades sexuales

Los sujetos de estudio de los artículos de este número especial se asumen genéricamente como hombres en su gran mayoría. En conformidad con la literatura contemporánea que deconstruye la idea de que debiera haber una correspondencia entre el sexo de un individuo, su género y su orientación sexual, una de las temáticas más interesantes de este número especial es el asunto de la orientación sexual de los individuos involucrados en prácticas sexuales con otros hombres, pues se puede apreciar que no existe una regla clara al respecto como tampoco existe en la sociedad humana.

En los artículos de este número especial se evidencia que prácticas e identidades sexuales son cosas distintas. No se debe asumir que un hombre que tenga prácticas sexuales con otros hombres debiera asumirse como homosexual o *gay*. Si bien es cierto que en la sociedad occidental contemporánea la identidad *gay* pareciera ser dominante y por lo tanto el término *gay* se emplea para aludir a todo hombre que ocasional o frecuentemente tiene relaciones sexo-afectivas con otros hombres, lo cierto es que esto no es así. Los trabajos de la Ciudad de México, Puerto Vallarta, Veracruz, Zipolite y Perú, reafirman esta situación. Se alude con frecuencia a que muchos trabajadores sexuales tienen sexo con turistas (dentro de la esfera del trabajo), pero ellos se autodefinen como bisexuales o heterosexuales u otras categorías sólo conocidas en ámbitos locales.

En contraste con las identidades “gay” u “homosexual” ya globalizadas, construidas y reforzadas en entornos sociales, académicos y médicos específicos, y que han permeado ampliamente a destinos turísticos latinoamericanos de gran contacto internacional, son particularmente ilustrativos varios de los artículos pues hablan acerca de que las identidades asumidas por varios de sus sujetos de estudio sólo son conocidas en un ámbito local o regional. Por ejemplo, Córdova alude a los “mayates”, “chichifos” o “chacales” como aquellos individuos que aunque puedan practicar sexo con otros hombres, interiorizan o comprenden sus experiencias sexuales en función de categorías que nada tienen que ver con lo que significa ser *gay*. Y que aunque se involucren sexualmente con turistas que puedan autodefinirse como *gays*, ello no significa que los trabajadores sexuales necesariamente se sientan parte de un colectivo *gay*.

Cáceres, Nureña y Gomero se refieren a los bricheros como aquellos individuos que pueden mantener vínculo sexual con hombres o mujeres, pero el propio término que los define mantiene una distancia de las identidades homosexual y *gay*, aunque sí es cierto que algunos pueden asumirse como bisexuales. López, Gallegos y Quintero refieren que algunos trabajadores sexuales se autodefinen o son definidos por otros como “bugas” (heterosexuales) o simplemente como “hombres”. Por su parte, Monterrubio dice que nombrar de manera genérica a Zipolite como una playa *gay* es simplificar las innumerables prácticas y significados existentes entre varones en contextos culturales específicos y por ello él considera conveniente hablar de una playa nudista homoerótica. Otra afirmación de la diversidad de identidades se distingue en el texto de Lanzarini cuando habla de turistas que viven en matrimonio heterosexual y que se autodefinen en consecuencia como heterosexuales, independientemente de que pudieran tener vínculos sexuales con otros hombres durante sus viajes turísticos.

Para finalizar

Hemos expresado en esta presentación sólo algunos aspectos contenidos en la amplitud de propuestas teóricas, metodológicas y empíricas sobre la relación turismo y homoerotismo, desde perspectivas que buscan dejar de lado los prejuicios tradicionales. Somos conscientes de que la interacción entre turismo y la sexualidad supone una infinidad de prácticas que pueden ser desde aquellas que suponen una afectación a la integridad de las personas como la explotación infantil y la trata de personas, hasta las vivencias sexuales en contextos turísticos bajo el consentimiento y que son apreciadas de manera positiva por sus actores. Entre estos dos extremos existen variados matices, valoraciones, espacios, actores, turistas, sexoservidores, etcétera, que pueden dar cuenta de la extraordinaria complejidad de turismo-sexo, tal como se puede apreciar en las páginas de este número especial.

En este número especial también se presenta el trabajo de Víctor Vladimir Sánchez Mendoza y Arturo Santamaría Gómez; si bien este artículo no aborda expresamente el tema del homoerotismo (que en asociación con el turismo son los hilos conductores del número), la decisión de incluirlo

radicó en su afinidad temática, en términos del vínculo turismo-sexo, así como de su contribución académica. Ellos realizan una investigación cualitativa a partir de un estudio de caso en Mazatlán, México, cuya finalidad es analizar la participación del inconsciente del imaginario de los turistas en la construcción del imaginario turístico del destino turístico de sol y playa donde se realiza el estudio de caso. Desarrollan un análisis teórico en la asociación de la relación entre el sexo y el turismo de sol y playa.

Por último, expresamos nuestro agradecimiento a la revista Estudios y Perspectivas en Turismo del Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos de Argentina que, a través de su Editora en Jefe Regina G. Schlüter, nos hizo la invitación de ser Editores Invitados de este número especial. Con esto, creemos que en América Latina se van abriendo mayores oportunidades de dar a conocer visiones contemporáneas del turismo en esta región del mundo.

Álvaro López López y Anne Marie Van Broeck
Editores Invitados

TURISMO Y SEXO

Una reflexión teórica desde el homoerotismo y el espacio

Anne Marie Van Broeck*

KU Leuven - Universidad Católica de Lovaina

Lovaina, Bélgica

Álvaro López López**

Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad de México, México

Resumen: Este trabajo se propone explorar las relaciones entre turismo y homoerotismo a partir de las discusiones y estudios de caso que sus autores han expuesto en publicaciones previas. Para entender el turismo asociado a prácticas homoeróticas desde una visión espacial, se comienza por desvincular el binomio "turismo y sexo" del concepto de "turismo sexual", apoyándose en el papel crucial que juegan las identidades en la discusión de los diferentes conceptos y discursos del fenómeno. Posteriormente, se procede a explorar el consumo sexual durante los viajes y la supuesta mayor proclividad que presentan aquellos viajeros que acostumbran involucrarse en prácticas homoeróticas en comparación con aquellos que no lo acostumbran. Finalmente, se brindan algunos ejemplos de estudios referentes al turismo y sexo en Latinoamérica.

PALABRAS CLAVE: turismo sexual, turismo y sexo, turismo y homoerotismo, turismo y sexo masculino-masculino en Latinoamérica.

Abstract: *Tourism and Sex: a Theoretical Exploration from the Perspective of Homoeroticism and Space.* This paper explores the relationship between tourism and homoeroticism. The discussion derives from the analysis of case studies published elsewhere by the authors. To understand the relationship between tourism and homoerotic practices from a spatial perspective, the authors begin by disassociating "Tourism and Sex" from the concept of "Sex Tourism", on account of the crucial role played by the identities in the analysis of the different concepts and discourses of the phenomenon. The discussion then shifts to sexual consumption during travel and the supposedly greater proclivity to have sex by those travelers who favor homoerotic practices compared to those who do not. Finally, some examples of studies concerning tourism and gender in Latin America are provided.

KEY WORDS: sex tourism, tourism and sex, tourism and homoeroticism, male-male sex and tourism in Latin America.

* Doctora en Antropología Social y Cultural por la Universidad Católica de Lovaina, Bélgica; actualmente es profesora del curso Turismo y Cultura en el Departamento de Ciencias de la Tierra y Medioambiente de esta Universidad; también es guía turística certificada, investigadora y consultora independiente. E-mail: amvanbroeck@skynet.be

** Doctor en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México, México. Actualmente es Investigador Titular de Tiempo Completo en el Departamento de Geografía Económica del Instituto de Geografía de esta Universidad y profesor de asignaturas relativas a la geografía del turismo en maestría y posgrado. E-mail: lopuslopez@yahoo.com.mx

INTRODUCCIÓN

Este artículo fue re-trabajado y actualizado a partir del texto “Aspectos teóricos del turismo asociado con la sexualidad y el homoerotismo” (Van Broeck & López, 2013) publicado en el libro *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una Perspectiva Multidisciplinaria*. Aquí se expone la plataforma teórica para el análisis de la relación turismo-homoerotismo, tanto a nivel mundial como en Latinoamérica, en tres apartados. En el primero (“¿Turismo sexual?: *Sun, Sea, Sand & Sex*”) se señala que la terminología comúnmente empleada “turismo sexual” (*Sex Tourism*) resulta un tanto reduccionista en el sentido de que agrupa a una gran diversidad de comportamientos sexuales en torno al escenario turístico. Así pues, a partir de la literatura consultada, se rescatan términos como “turismo y sexo” (*Tourism and Sex*), con el fin de rescatar la diversidad de comportamientos sexuales, entre los cuales queda incluido el propio “turismo sexual”.

En el segundo apartado (“Turismo asociado con personas que acostumbran las prácticas homoeróticas: la importancia del espacio”) se discute la pertinencia del concepto “turismo gay” (*Gay Tourism*) para referirse a los viajes de los hombres que tiene prácticas homoeróticas en dos sentidos: por un lado, lo relativo a la identidad, pues los varones implicados sexualmente pueden identificarse a sí mismos con diversas etiquetas (entre ellas la de *gay* u homosexual). Así, se rescata la propuesta de los tres escenarios de la interacción entre turismo y prácticas homoeróticas, a saber: el “turismo homosexual” (*Homosexual Tourism*), el “turismo gay” (*Gay Tourism*) y el “turismo queer” (*Queer Tourism*). Por otro lado, se discute la mayor proclividad que supuestamente tienen aquellos turistas acostumbrados a involucrarse en prácticas homoeróticas a buscar experiencias sexuales durante sus viajes en comparación con los turistas heterosexuales. Tal planteamiento se apoya en los datos obtenidos en investigaciones previas. En toda esta dinámica, el espacio geográfico tiene una relevancia significativa, ya que sus atribuciones culturales específicas conllevan a una diferenciación del fenómeno del homoerotismo relacionado con el turismo.

En el tercer apartado (“Turismo y homoerotismo en Latinoamérica”) se exponen brevemente algunos estudios académicos que versan sobre las experiencias homoeróticas de varones en contextos turísticos.

¿TURISMO SEXUAL? *SUN, SEA, SAND & SEX*

Por varias décadas al turismo de masas se le ha llamado turismo de las “tres eses”: *Sun, Sea & Sand* (sol, mar y arena). Una cuarta ese, relativa al sexo (*Sex*), le ha sido agregada más tarde (Crick, 2001), en atención a la importancia que la sexualidad tiene para el turismo. En tanto que la sexualidad es una actividad humana y como tal no sólo está presente en la vida cotidiana de las personas, sino también en otros momentos (el tiempo libre, por ejemplo) es comprensible que el sexo sea considerado crecientemente como un componente de las vacaciones (Altman, 2001).

Varios estudios señalan que durante sus vacaciones los turistas tienden a ser aún más proclives al ejercicio sexual (Clift & Carter, 2000; Ryan & Hall, 2001; Hughes, 2006). Al estar alejados del hogar y de sus restricciones habituales, muchos de ellos se sienten estimulados a romper con ciertas inhibiciones, lo que resulta en un incremento de las prácticas sexuales no sólo entre quienes viajan juntos (parejas, por ejemplo), sino también con otros turistas que conocen en el sitio de destino, o con pobladores locales.

Las normas que regulan el encuentro sexual con gente desconocida tienden a relajarse durante las vacaciones, situaciones extra cotidianas que se desarrollan en un escenario territorial distinto al acostumbrado durante el tiempo libre. Es este carácter “límitrofe” del turismo (Ryan & Hall, 2001) el que permite adoptar comportamientos situacionales más laxos para vivir nuevas experiencias, lo cual puede incluir un incremento en la actividad sexual. *La noción de Turner (1974) de que las entidades limítrofes no son ni de aquí ni de allá, y que no son posiciones asignadas ni dispuestas por leyes, costumbres, convenciones ni ceremonias, se ha utilizado para explicar parcialmente el espacio cultural que llena el turismo sexual* (Ryan & Hall, 2001: 101).

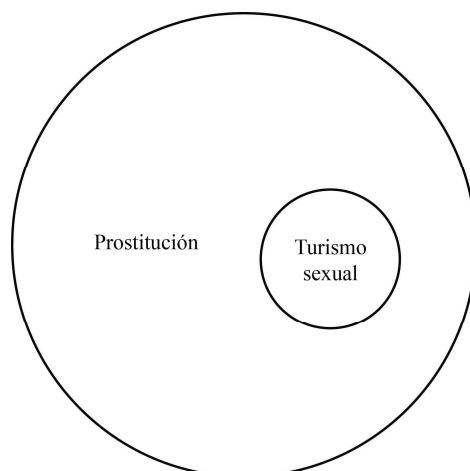
Según la información recogida por estos mismos autores, *“durante las vacaciones, los individuos abandonaron sus relaciones de pareja habituales y fueron más propensos a participar en relaciones sexuales con extraños”* (Ryan & Hall, 2001: 101-102).

Por su parte, Hughes (2006: 62) señala que *las vacaciones son oportunidades para relajar las normas de conducta y [...] los turistas realizan nuevos contactos sexuales y se arriesgan más. Las consecuencias de la actividad sexual se perciben como menos graves y algunas compañías, especialmente las orientadas a vacaciones para heterosexuales, incitan a la actividad sexual. La mayoría de los textos [en Clift & Page, 1996] concuerda con que los encuentros sexuales casuales parecen ser parte de la experiencia deseada de las vacaciones.*

Según este autor, algunos turistas viajan *“con el propósito principal de tener encuentros sexuales mientras están fuera y tales encuentros son por lo general de tipo comercial”* (Hughes, 2006: 65), y agrega que lo común es que un viaje que tiene como propósito específico involucrarse en relaciones sexuales sea clasificado como “turismo sexual” (*Sex Tourism*).

Por su parte, Aramberri (2005: 102) enfatiza el peso de la prostitución en el turismo sexual al referirse a él como *“Aquellos viajes que tienen por meta principal mantener relaciones sexuales con personas prostituidas (sean hombres o mujeres, mayores de edad o menores)”*. De acuerdo con estas definiciones el “turismo sexual” se revela como un ámbito de la prostitución en el que se insertan los viajeros que, alejados de su lugar de origen, compran sexo (Opperman, 1999: 253) (Figura 1). Hay incluso quienes, como Jeffreys (1998 citado por Sanchez, 2001: 749), opinan que sería más preciso referirse al turismo sexual como “turismo de prostitución”.

Figura 1: Prostitución y turismo sexual



Fuente: Opperman (1999: 253)

No obstante, el concepto de turismo sexual entendido como la actividad comercial consistente en comprar y vender actividades sexuales específicas con la condición expresa de que el turista tenga como propósito principal o único de su viaje el consumo de servicios sexuales, es aplicable a sólo una parte de una realidad caracterizada por interacciones de distinto tipo entre dos o más personas que se involucran en una relación sexual; además de que los viajes suelen tener muchas motivaciones de las cuales el sexo (incluido el comercial) es sólo una.

La noción de turismo sexual ha generado insatisfacción teórica por sus limitaciones implícitas, por lo que varios autores como Opperman (1999), Ryan & Hall (2001) y Bauer & Mckercher (2003), han manifestado la necesidad de revisarla y ampliarla. La crítica de Opperman (1999) a la definición tradicional del turista en busca de sexo provocó una revolución en el análisis teórico del turismo-sexo. Según este autor, el turista en busca de sexo (llamado también "turista sexual") debe entenderse como alguien que *tiene sexo deliberadamente durante sus vacaciones; se mantiene fuera de su hogar por lo menos 24 horas; conoce al proveedor de sexo por primera vez; tiene relaciones sexuales como resultado directo de un intercambio monetario y obtiene una gratificación sexual en encuentros que duran relativamente poco tiempo* (Opperman, 1999: 261).

Como se ha dicho el sexo es sólo un elemento que se suma a un amplio menú de intereses, necesidades y motivaciones turísticas, además de que con frecuencia ocurre que se puede participar de actividades sexuales (aún de la prostitución) sin haber sido planeadas, y que se dan más bien coyunturalmente (Opperman, 1999; Ryan & Hall, 2001; Bauer & McKercher, 2003).

La oportunidad de tener sexo se busca intencionalmente no sólo durante el tiempo libre y puede presentarse también en horas de trabajo (por ejemplo, el turismo de negocios o académico), y no necesariamente con la intervención de intercambios monetarios (Oppermann, 1999; Herold, García & De Moya, 2001). En realidad, se ha constatado que durante los viajes el ejercicio de la sexualidad

predominante es el de parejas de turistas ya constituidas al iniciar el periplo (con un eventual incremento en su frecuencia sexual), o entre turistas que formaron parejas nuevas en el trayecto (Carter & Clift, 2000) y en última instancia están las relaciones entre turistas y habitantes locales, con o sin pago.

La visión tradicional del turismo sexual, asociada como está con la prostitución, ha generado un discurso de victimización esencial de los hombres o mujeres que ofertan el trabajo sexual, lo que ha llevado a la difusión de múltiples prejuicios como lo han puesto de manifiesto Oppermann (1999), Ryan & Hall (2001) y Herold, García & De Moya (2001). En esta visión, emanada del “feminismo radical” (Herold, García & De Moya, 2001: 979), es el turista varón el que viaja (y el que tiene el poder) y consume los servicios sexuales de una mujer (generalmente sometida).

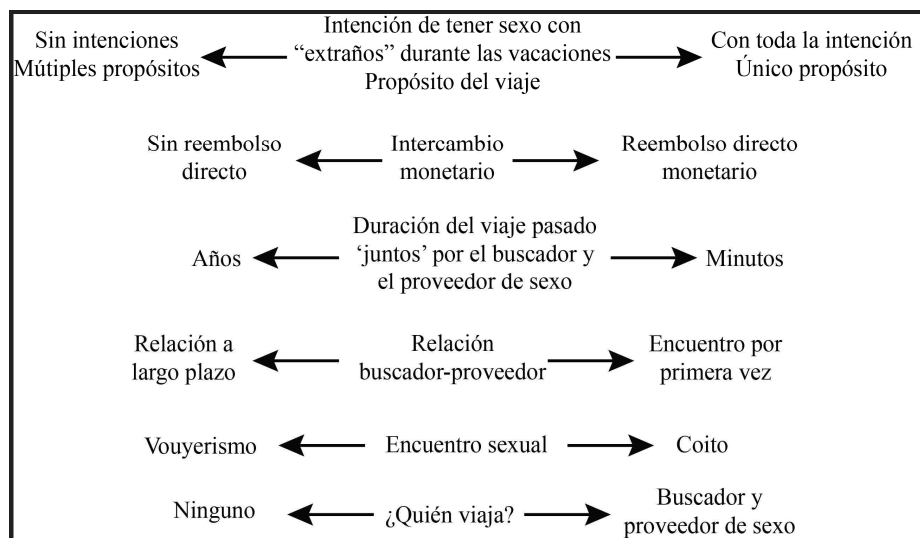
El discurso tradicional del turismo sexual ha ocultado múltiples interacciones sexuales de los viajeros y las viajeras; por ejemplo, la existencia de mujeres turistas que se vinculan sexualmente con varones conocidos en sus viajes, ya sea que éstos ejerzan o no la prostitución (Oppermann, 1999; Herold, García & De Moya, 2001; Sanchez, 2001), o las relaciones sexuales homoeróticas (es decir, entre personas del mismo sexo, sean varones o mujeres), independientemente de las identidades sexuales de los participantes, siendo la gay (dentro del denominado “turismo sexual gay” o *Gay Sex Tourism*) sólo una de ellas (Puar, 2002a; Graham, 2002).

Pruitt & Lafont (1995), quienes propusieron el concepto de “turismo de romance” (*Romance Tourism*), abrieron con su estudio una nueva perspectiva del vínculo del sexo con el turismo pues incluyeron en su análisis a mujeres turistas, además de que propusieron la existencia de relaciones sexuales sin intercambio monetario. *El énfasis de los actores es en el noviazgo y no en el intercambio monetario por sexo [...] Estas relaciones se construyen a través de un discurso del romance y de relaciones a largo plazo y en la implicación emocional por lo general no está presente el sexo* (Pruitt & Lafont, 1995: 423).

Este concepto ha sido objeto de crítica pues lo cierto es que el turismo sexual y el turismo de romance no son mutuamente excluyentes (Albuquerque, 1998; Herold, García & De Moya, 2001; Sanchez, 2001), y tampoco el romance está esencialmente ligado al género, como dicta el prejuicio de que los hombres son más proclives al sexo, mientras que las mujeres lo son al romance.

Según Opperman (1999), este prototipo del turista sexual, tal como se venía definiendo, es prácticamente inexistente, y más bien la situación del turismo y sexo y de los actores implicados guardan una complejidad mayor que la pretendida. Para la exposición de sus argumentos este autor planteó seis dimensiones de análisis (Figura 2).

Figura 2: Esquema del turismo sexual, según Opperman (1999)



Fuente: Opperman (1999: 255)

Como puede apreciarse en esta figura, la primera dimensión alude a las “intenciones de tener sexo con desconocidos durante las vacaciones y con el propósito del viaje”. Antes del viaje algunas personas no tienen en mente la actividad sexual con desconocidos, pero puede haber quienes planeen su viaje expresamente con esta finalidad. El viaje puede tener solamente un propósito o varios (por ejemplo, descansar, conocer otra cultura, visitar a los amigos y hacer negocios) y entre ellos, el sexo. Al preparar la maleta es probable que se piense en llevar un condón, por si acaso, contemplando la posibilidad de que no se utilice. Con este ejemplo se evidencia que los denominados “turistas sexuales” son individuos generalmente comunes y potencialmente coloca a todas las personas adultas en esta categoría.

Por otra parte, la retribución monetaria directa no siempre está presente como forma de gratificar lo sexual, pues existen muchos otros valores de intercambio que eventualmente pueden disminuir la carga que socialmente se le ha atribuido a la prostitución. Así, los turistas pueden conseguir o premiar indirectamente favores sexuales mediante regalos, ofrecimientos de viajes, pagos de deudas e invitaciones a restaurantes, por ejemplo; y también se presentan casos en los que sólo hay un intercambio sexual y afectivo sin ninguna intervención de lo económico. Es interesante reflexionar si en la cotidianidad, las parejas que se dan regalos están gratificando o pagando “veladamente” la interacción sexual o están tratando de asegurar el mantenimiento de la relación. Se expone la pregunta no con el afán de criticar la existencia de este tipo de intercambios sino de revelar que cuando éstos se dan en el marco del turismo sexual, son considerados acríticamente como algo moralmente negativo, mientras que la percepción cambia cuando se trata de parejas tradicionalmente establecidas.

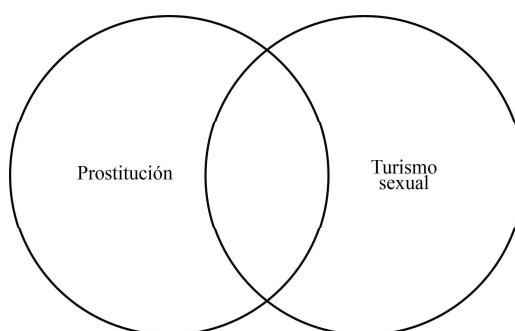
La “amplitud del tiempo compartido entre el buscador y el proveedor de sexo” varía de algunos minutos hasta varios años, de acuerdo con el tipo de interacción sexual y afectiva que se dé entre ellos como se expone en el siguiente punto.

La “relación establecida entre el buscador y el proveedor de sexo” depende de circunstancias sexuales y afectivas. Por ejemplo, si un turista acude a un show de sexo en vivo (en el que incluso él puede o le pueden practicar sexo oral en cabinas privadas), por lo general el vínculo es breve, muy distinto a lo que sucede entre un turista que visita por temporadas durante varios años a una pareja con la que mantiene una relación sexual y afectiva duradera. Asimismo, la actividad sexual puede darse desde el primer encuentro de los participantes o con posterioridad.

El tipo de “encuentro sexual” no siempre está asociado con el coito y puede tomar formas muy variadas como la masturbación o el voyerismo, tal como ocurre con la observación de cuerpos desnudos a través de las “vitriñas” en Ámsterdam, o en las marchas *gay*, o en los *shows* de *strippers*, o con el sexo en vivo en cuartos oscuros, o en museos de sexo, entre muchos otros ejemplos.

Este último aspecto es de gran interés, pues suscita la pregunta de quién es el que viaja en la interacción sexual asociada con el turismo. Normalmente se da por hecho que quien viaja es el turista buscador de sexo, pero lo cierto es que muchas personas que ofertan servicios sexuales suelen desplazarse a las zonas turísticas en temporadas altas. Por otra parte, están los vínculos sexuales establecidos en el ciberespacio cuya relación con el turismo-sexo no es fácilmente demostrable. Cuando un buscador de sexo de determinado lugar del planeta paga por observar vía Internet a otra persona, pareja o grupo de individuos teniendo relaciones sexuales, se trata a fin de cuentas de un acto de voyerismo entre personas situadas en espacios diferentes. A partir de las seis dimensiones anteriores Opperman (1999) propone un esquema en el que la prostitución se superpone parcialmente con el turismo sexual (Figura 3).

Figura 3: Prostitución y turismo sexual redefinido

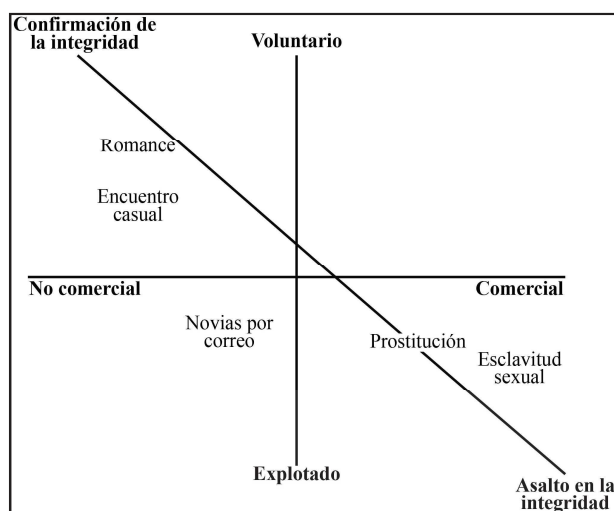


Fuente: Opperman (1999: 262)

A partir de Opperman (1999), varios autores han continuado con la reinterpretación teórica de la interacción del turismo con el sexo y poco a poco el término “turismo sexual” ha ido sustituyéndose por el de “turismo y sexo”, que es más neutro y da cabida a una gran cantidad de prácticas sexuales en múltiples contextos, de las cuales el turismo de prostitución es sólo una. Ryan & Hall (2001) por ejemplo, propone que la relación entre turismo y sexo tiene tres dimensiones, y que entre sus extremos existe

una amplia gradación: a) como ya se había dicho, puede ser comercial o no; b) las personas (sobre todo el sexoservidor/proveedor) pueden estar inmersas voluntariamente o en circunstancias de explotación, y c) la sexualidad de los implicados puede permitir la confirmación de su integridad o un desafío de la misma (Figura 4).

Figura 4: Paradigmas del turismo sexual

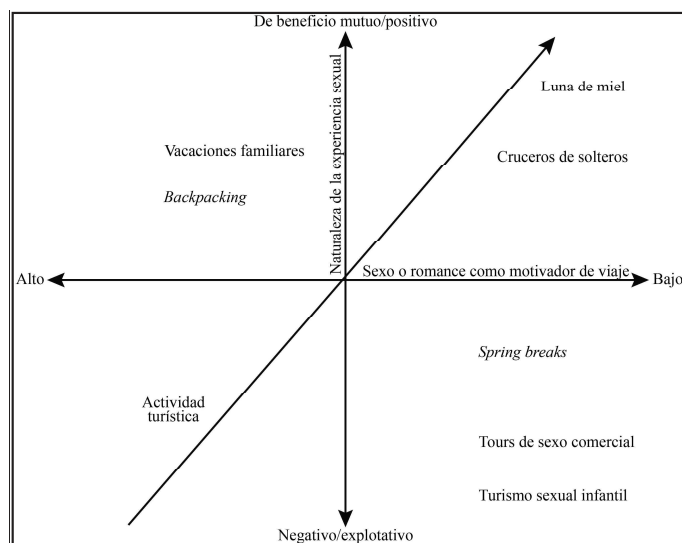


Fuente: Ryan & Hall (2001: 100)

De igual manera McKercher & Bauer (2003) propusieron tres dimensiones con extremos y gradaciones cada una de ellas; las dos primeras de las cuales también están contempladas en los modelos anteriores (Ryan & Hall, 2001; Opperman, 1999): a) las motivaciones del viaje pueden definirse por el ejercicio del sexo o el romance, de manera muy importante o insignificante; b) las relaciones pueden dirigirse hacia una experiencia positiva y beneficiosa o de explotación para los participantes implicados (especialmente quien ofrece el sexoservicio), y c) el papel de la industria turística como facilitadora de las prácticas sexuales (ya sea mucho, poco o nada), algo que hasta entonces no se tomaba en cuenta (Figura 5). Con base en este planteamiento, es posible identificar, entre otros aspectos, cómo es que diferentes actores promotores, gestores, organizadores y planeadores del turismo facilitan la interacción sexual; por ejemplo, la oferta de paquetes turísticos para “lunas de miel” o la promoción de mercado basada en imágenes paradisíacas de playas tropicales con cuerpos intencionalmente desnudos.

Así pues, dejando atrás las limitaciones de la visión tradicional del turismo sexual este trabajo se enmarca en los planteamientos del turismo y sexo para proponer un esquema en el que se aprecian por separado los tres elementos considerados en todas las conceptualizaciones anteriores: turismo, sexo y prostitución (Figura 6). Se expone la intersección entre el turismo y la actividad sexual, y se evidencia que no todo el turismo gira en torno a lo sexual, ni todo lo sexual en torno al turismo. Igualmente, la prostitución está inmersa en la sexualidad, pero puede o no estar asociada al turismo.

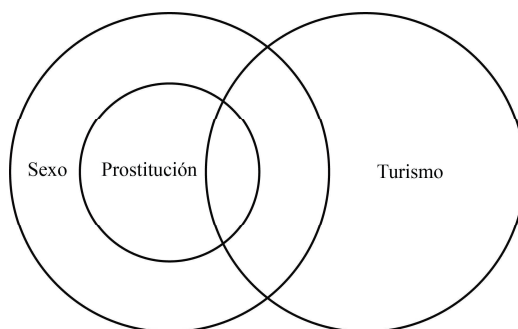
Figura 5: Relación entre turismo y sexo



Fuente: McKercher & Bauer (2003: 6)

A fin de ejemplificar un poco esta diversidad compleja se puede señalar que los sectores de prostitución en muchas localidades turísticas del mundo son sólo una parte de áreas mayores que abarcan diversas formas de la sexualidad (zonas de “ligue”, discotecas que incluyen shows de sexo en vivo, bares con cuartos oscuros, etcétera), y a estas partes pueden acudir con fines recreativos, tanto población local como turistas (ya sea que estén hospedados en estos sectores o no), y otro aspecto que se debe reconocer es que no todos los sectores de prostitución se traslapan con los sectores del turismo (Figura 6).

Figura 6: Relación entre turismo y sexo, según Van Broeck



Fuente: Elaboración propia

La mayoría de los estudios mencionados acerca del turismo sexual y el turismo y sexo centra su análisis en la heterosexualidad: particularmente turistas varones que se vinculan con trabajadoras sexuales. Sin embargo, en la investigación académica más reciente el tema de las prácticas

homoeróticas en contextos turísticos, así como el de las turistas en busca de sexo o romance, ha empezado a despuntar (López & Van Broeck, 2010; 2013).

TURISMO ASOCIADO CON PERSONAS QUE ACOSTUMBRAN LAS PRÁCTICAS HOMOERÓTICAS: LA IMPORTANCIA DEL ESPACIO

¿Turismo gay?

El turismo ejercido por varones que acostumbran las prácticas homoeróticas ha sido muy poco abordado en el mundo; de hecho, los estudios más conocidos se han publicado en inglés, de ahí la profusión del término turismo gay (*Gay Tourism*), el cual es una expresión dominante en la investigación académica para designar a los viajes de hombres que tienen prácticas homoeróticas, independientemente de que los sujetos (turistas o locales) asuman o no como propia la identidad gay caracterizada, entre otros aspectos, por “salir del clóset” o asumir públicamente la condición homoerótica (Herdt, 1992).

Hasta muy recientemente en un esfuerzo por evidenciar la enorme variedad de vivencias sexuales existentes entre los varones implicados en sus viajes, en términos de las identidades los espacios geográficos y la temporalidad, además del de “turismo gay” se han incorporado otros términos para referirse a la dinámica del vínculo sexual entre hombres en contextos turísticos como son “turismo homosexual” (*Homosexual Tourism*) y más recientemente “turismo queer” (*Queer Tourism*) (Puar, 2002a: 4; Puar, 2002b: 130).

Uno de los estudios que establecen cierta diferenciación del turismo en función de las identidades de los individuos implicados y que pone de relieve el espacio geográfico del turismo es el de Graham (2002). Aunque está planteado desde la perspectiva de los viajeros más que desde la de los receptores, este trabajo busca determinar si se mantiene o rompe la dicotomía establecida entre lo heterosexual y lo homosexual y si se fomenta o no la marginación: *Me enfocaré en el turismo en términos de tres grandes categorías que se superponen: el turismo homosexual, el turismo gay y el turismo queer. Me enfoco en cómo cada uno de estos tipos contribuye a mantener o romper la dicotomía heterosexual-homosexual y en particular las formas de marginación (geográficas, sociales y culturales) que generan* (Graham, 2002: 18).

Como señala Hernández (2013) en tanto que la identidad homosexual es anterior a la gay, el turismo homosexual, que aún continúa en nuestros días, es también anterior e inicia en el siglo XVIII en Europa. Graham (2002) lo caracteriza como una forma de viaje a modo de una fuga mediante la cual se abandona temporalmente el propio país para encontrar la liberación sexual en otro lugar menos represivo, o al menos considerado como tal.

Según este autor, los orígenes de tales movimientos turísticos se encuentran en el Grand Tour que motivó el desplazamiento de varones de la Europa del norte a la del sur en una atracción por el arte renacentista (asociado con el homoerotismo latino y griego), el sol y el sexo. En medio del placer buscado se sitúan la moral del norte de Europa dictada por el Estado y la moral del sur de Europa marcada por la Iglesia, lo que supone la búsqueda de placer inmersa en la marginalidad: un turismo de las márgenes, de las periferias.

La marginalidad está presente de múltiples maneras, una de ellas es el hecho de que el espacio al que asisten los turistas homosexuales es más bien clandestino o entendido como clandestino (al interior de la dicotomía de la heterosexualidad-homosexualidad), y con el deseo de mantenerse en el anonimato pues no hay una aceptación formal aunque puede haber cierta tolerancia. *El turismo homosexual, entonces, implicó el viaje a lugares distantes o relativamente distantes. Con ello se dejaba intacta la homofobia del país de origen, pues dichos viajes no representaban un desafío. Sin embargo, hay casos extremos. Cherry Grove, localizado en Fire Island, a pocas millas de la costa este del área metropolitana de Nueva York, llegó a ser un refugio para homosexuales en los años treinta, y se convertiría en una parte integral de la escena urbana gay de Nueva York en las siguientes décadas y como tal en un desafío a la homofobia de los Estados Unidos* (Graham, 2002: 20).

Desde el último cuarto de siglo pasado a la fecha, en correspondencia con el ascenso de la identidad gay en el entorno global, el turismo gay se ha ido traslapando con el turismo homosexual, y ha tendido a crecer y fortalecerse, si bien esto es más bien notorio en los centros urbanos de Europa y América. Según Graham (2002: 20) estos lugares se caracterizan por ser altamente “reflexivos”, en el sentido de que mutuamente se refuerzan a través de una creciente conectividad mundial gay *“en la que las visitas turísticas a las ciudades más importantes contribuyen activamente a esta toma de conciencia”*.

Sin embargo, los enclaves del turismo gay aún siguen siendo periféricos *“en el sentido de estar separados de la sociedad que los rodea”* (Graham, 2002: 21). Se trata de guetos, por lo general inmersos en porciones urbanas centrales, en donde los gays pueden sentirse en libertad, pero que como enclaves que son, no dejan de resultar en cierta forma ajenos al resto de la sociedad por lo que se mantiene la dicotomía de lo homosexual respecto de lo heterosexual. El calificar a un complejo hotelero, un crucero, unos juegos olímpicos o una marcha como “gay”, tiene sentido por su oposición a la heteronormatividad, y se sitúa fuertemente en un binarismo.

El turismo gay y lésbico se centra en los principales enclaves urbanos, complejos turísticos y eventos del calendario gay y lésbico. En términos de la distancia física [localización relativa], no suelen ser sitios marginales, pero pueden estar marginados social y culturalmente, y en la toma de decisiones políticas, incluso en una ciudad como Ámsterdam. Sin embargo, el turismo gay y lésbico es ocasionalmente motivado por preocupaciones sociales, culturales y políticas que son explícitamente

críticas de los regímenes heteronormativos, incluso en el marco de las celebraciones lúdicas (Graham, 2002: 35).

En contraste con lo anterior el turismo *queer* corresponde a los varones que no están implicados en la dicotomía heterosexual-homosexual. Se trata de individuos marginales, excluidos de las identidades establecidas y que por lo tanto resultan invisibles, pero que repentinamente empiezan a ser vistos como personas que siempre han estado ahí, en todos los espacios.

El turismo queer, como he manifestado, evita cualquier distinción clara entre heterosexuales y homosexuales, por lo endeble que resulta esta división de tipos sexuales. Esto se evidencia al revelarse la presencia simultánea de lo queer en la historia de los lugares, instituciones contemporáneas —como el Gobierno italiano— en las celebraciones nacionales e internacionales, como los Juegos Olímpicos, y la recuperación de sitios históricos como áreas para celebraciones queer. Cuanto más efectivo sea, actuará también como punto focal para la acción en oposición a los regímenes heteronormativos que trascienden el binarismo homosexual-heterosexual (Graham, 2002: 36).

Aunque, como ya se ha visto, se aprecian terminologías emergentes el turismo gay sigue siendo dominante en el discurso académico y político. Hughes (2002: 300) define al turismo gay como la relación que guardan la orientación sexual del turista y sus vacaciones, en la que el espacio geográfico denominado como “espacio gay” tiene una participación fundamental en el fenómeno, en tanto que es visto como un escenario de mayor tolerancia que la que normalmente se vive. Aunque se sabe relativamente poco de las actividades que estos individuos (denominados “turistas gay”) realizan en sus periplos, cada vez se amplían más los temas de análisis.

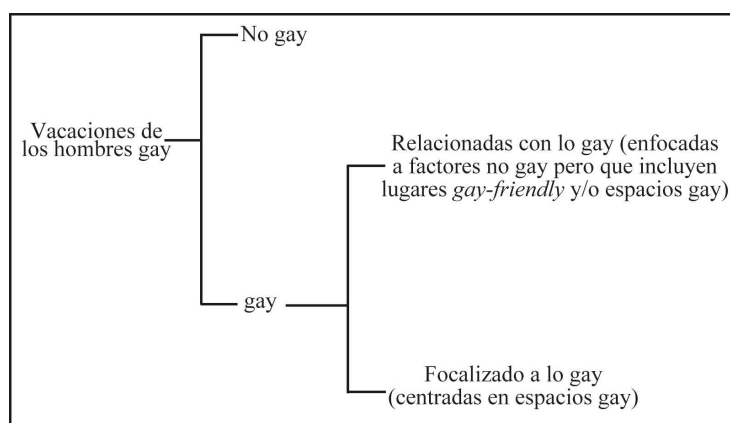
Los estudios predominantes del turismo gay son aquellos que abordan la parte comercial de un consumidor que ha sido tradicionalmente desconocido, de cuyas posibilidades y comportamientos económicos poco se sabe. Del turista gay se ha tratado de indagar en qué gasta su dinero, cuáles son sus destinos y tipos de viajes preferidos, bajo la hipótesis dominante de que su identidad sexual determina las preferencias, motivaciones y experiencias vividas en los viajes. También se ha propuesto que según su situación de marginación el individuo gay tendrá un comportamiento específico como consumidor (Hughes, 1997; 2002; 2006; Clift, Luongo & Callister, 2002).

¿Hasta qué punto son más proclives los gays/homosexuales a relacionarse sexualmente que los heterosexuales? Este es un asunto sobre el que se han hecho muchas especulaciones. Por un lado, se sugiere que muchos homosexuales viajan teniendo presente el interés de involucrarse sexualmente (es decir, que las prácticas sexuales son un ingrediente casi esencial de sus vacaciones), pero también hay propuestas en el sentido de que los gays buscan el involucramiento sexual de manera indiferenciable respecto de los heterosexuales. A este respecto, señala Hughes (2006: 58), varios autores han sugerido que no existen las “vacaciones gay típicas” (*typical Gay holiday*).

Cox (2001: 249) concluye que “*no hay tal cosa como vacaciones gay típicas*” y, de la discusión anterior, es posible identificar varias formas de vacaciones gay o lésbicas. Con frecuencia se reconoce que entre las vacaciones de éstos y del resto de la población no hay diferencias, ni tampoco tienen un elemento distintivo gay o lésbico (Clift *et al.*, 2002; Puar, 2002b).

A pesar de lo señalado se considera importante presentar la reflexión básica de que los gays eran proclives al sexo, pero la situación es mucho más variada y compleja; Hughes (2002: 301) lo puso de manifiesto a través de una tipología hombres gay en sus vacaciones (Figura 7).

Figura 7: Tipología de las vacaciones de los hombres gay



Fuente: Hughes (2002: 301)

Este autor señala que algunos gays siguen patrones de comportamiento similares o escogen destinos similares o poco distintos a los de personas no gay, o incluso que pueden evitar cualquier ámbito gay, o que por sus condiciones personales (como el viajar con familiares o con compañeros de negocios) pueden buscar mostrarse como heterosexuales; o también está el caso de individuos para los que no es importante involucrarse en escenarios gay, ni durante las vacaciones ni en sus lugares de residencia.

No obstante, la existencia en las ciudades de ciertos sitios específicos (como bares o discotecas), de un pequeño sector gay (*gay village*) con una variedad de sitios de diversión, y de toda un área o espacio gay (*gay space*), regularmente caracterizado por la concentración de bares, clubes, saunas, cafés, tiendas, residencias, y espacios públicos (como calles y parques) para la interacción social, evidencia que sí existen individuos que se asocian a lo gay (Hughes, 2006: 51). Al respecto, este autor señala que *durante las vacaciones, los hombres gay esperan poder escapar de aquellas cosas de su vida en casa que les causan problema y los obligan a adoptar estrategias en contra del rechazo y la negación. Así, es posible que la elección del destino sea influenciada por las percepciones de la “simpatía por lo gay” [gay-friendliness] del lugar. El carácter y las dimensiones gay de las vacaciones y el destino pueden tomar diversas formas. Éstas incluirán, por un lado, la aceptación, la tolerancia y la simpatía por lo gay y, por el otro, un verdadero espacio gay con lugares de reunión para gays y*

lesbianas. Este espacio, por sí mismo, puede ser un indicador de tolerancia y de simpatía por lo gay (Hughes, 2006: 56).

Hughes establece una tipología de los viajeros que se relacionan con lo gay en sus periplos (Figura 7). En un grupo estarían aquellos hombres que, si bien no han enfocado sus vacaciones en función de lo gay, de repente hacen uso eventual de lugares amigables con lo gay (*gay-friendly*), o de los sectores gay de los lugares visitados, ocasionalmente porque algunos quieren evitar mínimamente los lugares expuestos a la homofobia. En otro grupo estarían aquellos individuos (una cantidad menor respecto del caso anterior) que centralizan deliberadamente su viaje en la temática gay (*gay-themed* o *gay-centric holiday*) (Hughes, 2002: 301; 2006: 50-51). Se establece así un lazo inevitable entre la homosexualidad y el turismo, y pareciera que viajar es una característica fundamental inherente a la conformación de la identidad gay, como un estilo de vida (y también como la reafirmación de un estatus). El espacio gay y la experiencia gay es determinante en sus decisiones de viaje y subyace al resto de los requerimientos del viaje. Se trata principalmente de individuos gay que no han “salido del clóset” en su hogar, por lo que viven situaciones de marginalidad, y en sus viajes buscan escapar a restricciones y normas cotidianas a través de su inclusión en lo gay y en los lugares visitados se pueden expresar con más libertad, al cobijo del anonimato. Pero también están aquellos individuos que buscan encuentros sexuales con varones y saben que dichos encuentros se facilitarán en los espacios de socialización gay.

Para muchos hombres que acostumbran las prácticas homoeróticas los viajes ofrecen la oportunidad de expresarse como gays con relativa libertad, explorar nuevas experiencias, validar su identidad y ejercer su sexualidad; en síntesis, reforzar su sentido de pertenencia a una comunidad. Estos viajes pueden ser cortos en tiempo y distancia, así como de cierta definida frecuencia, pero también pueden ser viajes de turismo o de más de una noche (Hughes, 1997).

El lugar tiene un peso ineludible en el turismo gay, tal como se ha esbozado líneas arriba. El sondeo de Mintel (2000, citado por Hughes, 2006: 56) con los y las denominados viajeros gay en el Reino Unido reporta que 63 por ciento de los varones y 43 por ciento de las mujeres dijeron que para ellos los lugares de confluencia gay (*gay venues*) fue un factor importante en su elección del destino y sólo pocos (alrededor de 4 por ciento) buscaron el turismo temático gay o el centrado en lo gay. Por su parte, también en el Reino Unido, Clift & Forrest (1999a, citados por Hughes, 2006: 56) muestran que para los gays, además de la posibilidad de descanso, relajamiento, confort y buena comida (factores de elección del lugar que también privan entre los heterosexuales) es importante la presencia de espacios gay que ofrecen la posibilidad de socializar con otros gays y tener una buena vida nocturna.

Turismo homosexual/gay/queer y sexo

Sin un aparente consenso —hasta cierto punto debido a lo poco estudiado que sigue siendo el comportamiento sexual masculino-masculino en vacaciones—, en términos teóricos se ha discutido

ampliamente el cuestionamiento de si el denominado turismo homosexual/gay/queer es parte de o se traslapa con el turismo sexual. Las respuestas son muy controversiales.

Sobre la postura de que son diferentes el turismo homosexual/gay/queer y el turismo sexual (independientemente de sus traslapes ocasionales) se ha dicho que el ser un individuo que acostumbra las prácticas homoeróticas no significa que al viajar se tendrá sexo (al igual que quien se asume como heterosexual). No obstante, en lo que respecta al planteamiento de que el turismo homosexual/gay/queer es una especie de turismo sexual las opiniones parecen ir en sentido afirmativo, ya que una parte de la construcción de las identidades homoeróticas (especialmente la gay) se relaciona con frecuentes experiencias sexuales, por lo que en las vacaciones de estos individuos el sexo tiene un peso aún mayor y a veces es el único motivo de viaje.

Los estudios al respecto se han enfocado en buscar cierta tendencia a través de encuestas, pero por lo mismo los resultados no pueden tomarse como una realidad inamovible, ya que el ejercicio sexual durante los viajes de individuos que acostumbran las prácticas homoeróticas depende del tipo de persona y las modificaciones de sus intereses personales y sexuales a lo largo de su vida, por lo que se insiste en que para unos será importante y para otros no (Lück, s/f). A continuación, se presentan fragmentos de textos de diversos autores en los que queda claro que el espacio geográfico o lugar de las vacaciones tiene un peso importante, sobre todo cuando se trata de espacios reconocidos como de diversidad sexual masculina (muy especialmente en países distintos al de origen), en tanto que facilitan los encuentros sexuales, la libertad de expresión y la autoafirmación. En lo que toca a la conducta sexual de hombres gay en el extranjero (Clift & Forrest, 1999a; 1999b) afirman que *la búsqueda del encuentro sexual es una motivación importante* (Clift & Forrest, 1999a: 616). *La dimensión social de las vacaciones y, en particular, su carácter gay, son importantes para aproximadamente un tercio de la muestra. Es de particular interés que el punto “oportunidades para tener sexo” generó una respuesta equilibrada: 29.3 por ciento lo consideran muy importante, 35.3 por ciento importante y 35.4 por ciento no importante* (Clift & Forrest, 1999a: 622).

No sorprende que los hombres que vacacionan en “destinos gay” sean más proclives a tener nuevas y más parejas. La actividad sexual se asoció con el hecho de vacacionar solo o con un amigo; con una “vida gay” como motivación del viaje, y con un alto número de parejas sexuales en casa. *“Los hombres gay son, considerablemente, más propensos que los heterosexuales a tener sexo con nuevas parejas durante las vacaciones”* (Clift & Forrest, 1999b: 290).

Luongo (2000: 109-110) afirma que *“Ignorar la conducta sexual de los hombres gay durante las vacaciones es ignorar al sexo en un contexto que es, en algunas instancias, una característica que define la vida de los gays”*.

Las conclusiones de Cox (2001) son que la cultura gay ofrece oportunidades de participación que no están disponibles en casa, y que estar lejos del hogar permite “experimentar” y “salir”, o consolidar

una identidad sexual. El autor considera que su investigación demuestra que los hombres gay dan más importancia a la identidad que a la actividad sexual (Hughes, 2006: 52).

Para una proporción relativamente baja de hombres gay, las oportunidades de tener sexo durante las vacaciones son tan importantes como la planificación del viaje; sin embargo, 36.6 por ciento calificó como importante “poder socializar con otros hombres gay en espacios gay”, y 39.1 por ciento calificó a “los lugares de socialización y cultura gay” como “muy importantes”. El 70.2 por ciento dio la misma calificación a las “oportunidades para descanso y relajación”, y 29.3 por ciento lo hizo a “oportunidades para tener sexo” (Hughes, 2006: 56).

Los resultados de un sondeo llevado a cabo en las ferias de viajes en Londres (1997-1998) fueron similares a los de la encuesta de Brighton (Clift et al., 2002). Las conclusiones coinciden en que casi la mitad de los encuestados mencionó haber tenido una nueva pareja sexual mientras estuvo fuera y 30 por ciento tuvo cuatro o más parejas nuevas. Sin embargo, menos de la mitad de aquellos que tuvieron sexo con una nueva pareja reportaron haber tenido sexo penetrativo (Hughes, 2006: 65).

Por último, este autor reporta que aunque supuestamente los hombres que se vinculan sexualmente con otros hombres suelen tener más encuentros sexuales con desconocidos durante sus viajes que aquellos que no lo hacen, son también menos proclives a tener sexo inseguro (Hughes, 2006).

¿Qué es lo que incentiva la pretendida proclividad de los varones gay a la interacción sexual en sus viajes, especialmente cuando se realizan en los denominados “destinos gay”? Hughes (2006) señala que los lugares adquieren su reputación de ser gay a través de la transmisión (de persona a persona) de mensajes acerca de la oportunidad de ejercer sexo casual con cierta facilidad. Por otra parte, ciertos destinos turísticos se promocionan en los medios de comunicación atribuyendo cierto ángulo sexual a los lugares. Las guías de viajes, como *Spartacus* (Gmünder & Bedford, 2007) y, desde luego, las páginas web y redes sociales para gays exponen las oportunidades de “ligar” y, eventualmente, tener encuentros sexuales con otros gays en parques, playas, locales a puertas cerradas y una extensa variedad de sitios. Esto lleva a que con frecuencia a los “espacios gay” se les identifique como espacios para encuentros sexuales.

Lo que esto revela es la multiplicidad del homoerotismo y los distintos intereses que puede tener una persona en vincularse sexualmente durante su viajes, intereses que pueden cambiar a lo largo de su vida de acuerdo con la situación en la que se encuentre. Así pues, la misma diferenciación que se ha establecido entre turismo sexual y turismo y sexo, puede aplicarse entre “turismo sexual homosexual/gay/queer” (*Homosexual/Gay/Queer Sex Tourism*) y “turismo y sexo homosexual/gay/queer” (*Homosexual/Gay/Queer Sex and Tourism*). En el primer caso, el viaje de los individuos que acostumbran las prácticas homoeróticas se articula a partir del eje del sexo, y en el segundo, el viaje es independiente de este eje, si bien no se descarta la vivencia sexual.

Si se consideran además las múltiples prácticas e identidades sexuales incluidas en el marco del homoerotismo, se tendrá un “turismo sexual homoerótico” y un “turismo homoerótico y sexo”. En el primer caso, se trata de individuos que viajan con la intención de insertarse en un ámbito homoerótico (uno de ellos, mas no el único, puede ser el gay), y en el segundo de individuos cuyos viajes no contemplan el sexo como factor nodal, sino como algo circunstancial. En ambos casos se trata de individuos que acostumbran las prácticas homoeróticas y que se asumen como tales, siendo la identidad *gay* sólo una entre varias posibles.

TURISMO Y HOMOEROTISMO EN LATINOAMÉRICA

Con un proyecto financiado por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt), en el año 2007 inició en el Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) un proyecto acerca de las relaciones entre turismo y sexo entre varones en el país, del que derivó el libro *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*, coordinado por López & Van Broeck (2013). En este libro se incluyen estudios de caso que analizan la dinámica turismo-sexo-homoerotismo en sectores específicos de siete localidades, desde la perspectiva de los trabajadores sexuales varones: Ciudad de México (López, 2013), Guadalajara (Pérez, 2013), Tijuana (Gaxiola & Bringas, 2013), Acapulco (Vargas & Alcalá, 2013), Puerto Vallarta (Mendoza & Medina, 2013), Cancún (Arroyo & Amador, 2013) y Veracruz (Córdova, 2013). Algunos de estos capítulos se actualizaron para integrarse en este volumen especial. Por otra parte, algunos de los autores del proyecto publicaron durante o después del mismo y de manera independiente otros manuscritos relativos a la temática señalada; por ejemplo Córdova (2010), López & Van Broeck (2010), Mendoza (2013; 2014), López & Carmona (2008), Vargas & Alcalá (2008), Monterrubio & López (2014).

Una de las cosas que se evidenciaron durante los años que se desarrolló el proyecto es que en el ámbito mundial existían muy pocas publicaciones de turismo asociadas con experiencias homoeróticas, y que en Latinoamérica eran prácticamente inexistentes. Si bien es cierto que sobre la región se han publicado estudios que abordan el homoerotismo, el turismo y el trabajo sexual masculino, son muy pocos los trabajos que integran estos tres aspectos. A continuación se mencionan aquellos trabajos que abordan la temática del turismo ligada con el vínculo sexual entre hombres en Latinoamérica.

Cantú (2002) aborda el turismo gay y lésbico en México como una industria emanada de procesos globales cuyos efectos (influencias) en las sexualidades mexicanas y en la forma de apropiar su espacio, son muy diversos y van más allá de lo gay. Con respecto a las diferentes formas de vivir la sexualidad entre hombres mexicanos en contextos turísticos, Hughes (2006), al referirse al trabajo de Cantú (2002), señala que hay una tendencia entre los turistas extranjeros a percibir los locales mexicanos como exóticos, inmersos en una especie de sexualidad salvaje y que los medios masivos de comunicación y las guías turísticas que muestran a los mexicanos como proclives al sexo refuerzan este imaginario. A partir de los trabajos de otros académicos, este mismo autor subraya la importancia

de cuatro localidades mexicanas en las que prolifera lo que él denomina turismo gay: Ciudad de México, Acapulco, Puerto Vallarta y Cancún, y que la mayoría de los turistas gay internacionales que a estos puntos afluyen proviene de Norteamérica.

La complejidad del fenómeno turismo-homoerotismo-trabajo sexual queda evidenciada en los trabajos de List & Teutle (2008), Monterrubio (2008) y García & Marín (2014) acerca del turismo y las prácticas e identidades sexuales de sexoservidores que se vinculan con hombres adultos en México.

Por otra parte, Larvie (1999) reporta que los “michês”, o trabajadores sexuales de Copacabana en Brasil, derivan la mayor parte de sus ingresos de sus clientes locales, y que aún en la temporada alta del turismo los turistas nacionales e internacionales representan sólo una parte de su clientela. Esto permite concluir que la dinámica del trabajo sexual no es dependiente de los vacacionistas, si bien es cierto que el mismo autor observa un incremento en la interacción de los sexoservidores con el turismo. Por otra parte estos trabajadores, dice Larvie, no necesariamente se identifican con las categorías identitarias globales más difundidas, lo cual deriva en un problema de salud pública ya que las medidas de asistencia están diseñadas precisamente tomando en cuenta dichas categorías, con lo que una buena parte de la población que se pretende alcanzar queda fuera.

De Moya & García (1999) reportan que en Santo Domingo, República Dominicana, es fácil encontrar varones que buscan vincularse sexualmente con otros varones no sólo en espacios gay de todo tipo (hoteles, discotecas y bares), sino también en las calles y otros lugares no identificados como gay. La finalidad principal de estos varones jóvenes y maduros es recibir de un turista gay dinero, regalos, invitaciones a viajes e, incluso, la posibilidad de emigrar. No obstante, esta amplia oferta de sexoservidores es cada vez menos libre, ya que los más experimentados controlan el mercado e impiden que los turistas tengan libre acceso a los más jóvenes o menos experimentados. Por otra parte, existe también la trata de varones jóvenes de clase baja y media-baja que son reclutados en barrios de la ciudad y a quienes se les permite el acceso al mercado sexual con turistas gay a condición de entregar la mitad de sus ganancias a los intermediarios.

CONCLUSIONES

El ejercicio de la sexualidad es una práctica que asociada con el turismo ha sido poco abordada desde la academia, especialmente cuando estas prácticas se enmarcan en el homoerotismo. En parte esto se debe a que las propias sexualidades disidentes han sido incorporadas recientemente en la agenda de las ciencias sociales, pero también al hecho de que las vivencias sexuales entre varones en contextos turísticos son poco visibles, pues su notoriedad supondría su estigmatización en amplias sociedades en las que aún privan muchos prejuicios de orden sexual.

Paradójicamente, se ha evidenciado que los contextos turísticos son escenarios potenciales para que los visitantes tengan experiencias sexuales pues la lejanía de sus sitios de residencia, no sólo en

el sentido físico sino también de su cotidianidad cultural, permite una aparente desinhibición que potencia los roles sociales con otros turistas o con individuos de la comunidad receptora.

Si bien el abordaje del turismo y sexo inicialmente se explicó a partir de la prostitución, la exploración académica más reciente sobre las experiencias de viajeros que se han involucrado sexualmente con individuos de sociedades receptoras o viceversa, ha puesto de relieve que el sexoservicio es sólo una de las tantas posibilidades homoeróticas que los turistas pueden tener durante sus viajes y que otro tipo de vínculos, tales como romances furtivos o duraderos, también son posibles.

Si bien se ha notado que prácticas sexo-afectivas relativamente más legitimadas en el turismo contemporáneo, tales como lunas de miel, romances, cruceros de solteros o incluso viajes de *spring breakers*, son parte del turismo-sexo, habría que considerar más seriamente en eliminar la carga moralista y estigmatizadora que se tiene hacia la prostitución masculina en los ámbitos turísticos, siempre que se trate de un acto entre adultos y que haya sido una opción decidida por los sexoservidores conscientes de los riesgos que tiene a fin de poder prevenirlos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque, K.** (1998) "Sex, beach boys and female tourists in the Caribbean." *Sexuality & Culture* 2: 87–111
- Altman, D.** (2001) "Global sex". The University of Chicago Press, Chicago
- Aramberri, J.** (2005) "Nuevas andanzas de rostro pálido. Dimensiones del turismo sexual". *Política y Sociedad* 42(1): 101-116
- Arroyo, L. & Amador, K.** (2013) "Turismo y prostitución masculina en Cancún". En: López, A. & Van Broeck, A. (Eds.) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 293-317
- Bauer, T. & McKercher, B.** (2003) "Sex and tourism: journeys of romance, love and lust". The Haworth Hospitality Press, Nueva York
- Cantú, L.** (2002) "De Ambiente: queer tourism and the shifting boundaries of Mexican male sexualities". *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 8(1-2): 139-166
- Carter, S. & Clift, S.** (2000) "Tourism, international travel and sex: themes and research". En: Clift, S. & Carter, S. (Eds.) *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion*. Pinter, Londres, pp. 1-22
- Clift, S. & Carter, S.** (2000) "Tourism and sex: culture, commerce and coercion". Pinter, Londres
- Clift, S. & Forrest, S.** (1999a) "Gay men and tourism: destinations and holiday motivations". *Tourism Management* 20(5): 615-625
- Clift, S. & Forrest, S.** (1999b) "Factors associated with gay men's sexual behaviours and risk on holiday". *AIDS Care* 11(3): 281-295
- Clift, S. & Page, S.** (1996) "Health and the International Tourist". Routledge, Nueva York
- Clift, S.; Luongo, M. & Callister, C.** (2002) "Gay tourism: culture, identity and sex". Continuum, Nueva York

- Córdova, R.** (2010) "Parallel universes: male sex trade in public spaces of Veracruz, México". En: Carr, N. & Poria, Y. (Eds.) *Sex and the Sexual During People's Leisure and Tourism Experiences*. Cambridge Scholars Publishing, Newcastle, pp. 35-56
- Córdova, R.** (2013) "De arrabal extramuros a zócalo de placer: continuidades y cambios en territorios e identidades del turismo homoerótico en el puerto de Veracruz". En: López, A. & Van Broeck, A. (Eds.) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 205-225
- Cox, M.** (2001) "Gay holidaymaking: A study of tourism and sexual culture". Unpublished PhD Thesis. University College, University of London, London
- Crick, M.** (2001) "Representations of international tourism in the social sciences: sun, sex, sights, savings and servility". En: Apostolopoulos, Y.; Leivadi, S. & Yiannakis, A. (Eds.) *The Sociology of Tourism: Theoretical and Empirical Investigations*. Routledge, Londres, pp. 15-50
- De Moya, E. & García, R.** (1999) "Three decades of male sex work in Santo Domingo". En: Aggleton, P. (Ed.) *Men Who Sell Sex. International Perspectives on Male Prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Filadelfia, pp. 127-139
- García, M. & Marín, H.** (2014) "Creación y apropiación de espacios sociales en el turismo gay: Identidad, consumo y mercado en el Caribe Mexicano". *Culturales* II(2): 71-94
- Gaxiola, R. & Bringas, N.** (2013) "Con el estigma a cuestras: turismo sexual y prostitución de varones en Tijuana". En: López, A. & Van Broeck, A. (Eds.) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 319-356
- Gmünder, B. & Bedford, B.** (2007) "Spartacus International Gay Guide 2007". Bruno Gmünder Verlag GmbH, Berlín
- Graham, M.** (2002) "Challenges from the margins: gay tourism as cultural critique". En: Clift, S.; Luongo, M. & Callister, C. (Eds.) *Gay Tourism: Culture, Identity and Sex*. Continuum, Nueva York, pp. 17-41
- Herd, G.** (1992) "'Coming out' as a rite of passage: A Chicago study". En: Herdt, G. (Ed.) *Gay Culture in America. Essays from the Field*. Beacon Press, Boston, pp. 29-67
- Hernández, P.** (2013) "Sexo comercial entre hombres: una aproximación antropológica en espacios turísticos mexicanos". En: López, A. & Van Broeck, A. (Eds.) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 59-106
- Herold, E.; García, R. & De Moya, T.** (2001) "Female tourists and beach boys. romance or sex tourism?" *Annals of Tourism Research* 28(4): 978-997
- Hughes, H.** (1997) "Holidays and homosexual identity". *Tourism management* 18(1): 3-7
- Hughes, H.** (2002) "Gay man's holiday destination choice: a case of risk and avoidance". *International Journal of Tourism Research* 4(4): 299-312
- Hughes, H.** (2006) "Pink tourism: holidays of gay men and lesbians". CABI, Wallingford
- Larvie, P.** (1999) "Natural born targets: male hustlers and AIDS prevention in urban Brazil". En: Aggleton, P. (Ed.) *Men who sell sex. International perspectives on male prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Philadelphia, pp. 159-177

- List, M. & Teutle, A.** (2008) "Turismo sexual: saunas para varones en la ciudad de Puebla". *Teoría y Praxis* 5: 113-122
- López, A.** (2013) "Trabajo sexual masculino en contextos turísticos de la Ciudad de México". En: López, A. & Van Broeck, A. (Coordinadores) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 135-180
- López, A. & Carmona, R.** (2008) "Turismo sexual masculino-masculino en la Ciudad de México". *Teoría y Praxis* 5: 99-112
- López, A. & Van Broeck, A.** (2010) "Sexual encounters between men in a tourist environment: a comparative study in seven localities in Mexico". En: Carr, N. & Poria, Y. (Eds.) *Sex and the Sexual During People's Leisure and Tourism Experiences*. Cambridge Scholars Publishing, Newcastle, pp. 119-142
- López, A. & Van Broeck, A.** (2013) "Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria". Instituto de Geografía, UNAM, México
- Lück, M.** (s/f) "Destination choice and travel behavior of gay men. Final Report SSHRC Internal Seed Grant". Brock University, St. Catharines
- Luongo, M.** (2000) "The use of commercial sex venues and male escorts by gay tourists in New York City". En: Clift, S. & Carter, S. (Eds.) *Tourism and Sex: Culture, Commerce and Coercion*. Pinter, Londres, pp. 109-130
- McKercher, B. & Bauer, T.** (2003) "Conceptual framework of the nexus Between tourism, romance, and sex". En: Bauer, T. & McKercher, B. (Eds.) *Sex and Tourism: Journeys of Romance, Love and Lust*. The Haworth Hospitality Press, Nueva York, pp. 3-18
- Mendoza, C.** (2013) "Beyond sex tourism: gay tourists and male sex workers in Puerto Vallarta (Western Mexico)". *International Journal of Tourism Research* 15(2): 122-137
- Mendoza, C.** (2014) "Places, spaces and bodies: male-to-male sex tourism in Puerto Vallarta (Mexico)". *Athens Journal of Tourism* 1(3): 175-190
- Mendoza, C. & Medina, P.** (2013) "Turismo sexual gay en Puerto Vallarta". En: López, A. & Van Broeck, A. (Eds.) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 261-291
- Mintel** (2000) "The gay holiday market". Mintel International Group, London
- Monterrubio, J.** (2008) "Comunidades receptoras y percepciones: un estudio sobre turismo y sexualidad". *Teoría y Praxis* 5: 145-160
- Monterrubio, J. C. & López, A.** (2014) "Recognising homoeroticism in male gay tourism: A Mexican perspective". En: Thurnell, T. & Casey, M. (Eds.) *Men, Masculinities, Travel and Tourism*. Palgrave Macmillan Books, Londres, pp. 171-186
- Oppermann, M.** (1999) "Sex tourism". *Annals of Tourism Research* 26(2): 251-266
- Pérez, J.** (2013) "Prostiturismo" entre hombres en la ciudad de Guadalajara, Jalisco". En: López, A. & Van Broeck, A. (Eds.) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 181-204

- Pruitt, D. & Lafont, S.** (1995) "For love and money. Romance tourism in Jamaica". *Annals of Tourism Research* 22(2): 422-440
- Puar, J.** (2002a) "Introduction". *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 8(1-2): 1-6
- Puar, J.** (2002b) "Circuits of queer mobility. Tourism, travel and globalization". *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 8(1-2): 1-6
- Ryan, C. & Hall, C.** (2001) "Sex tourism: marginal people and liminalities". Routledge, Londres
- Sanchez, J.** (2001) "Dollars are a girls' best friend: female tourists' sexual behaviour in the Caribbean". *Sociology* 34(3): 749-964
- Van Broeck, A. & López, A.** (2013) "Aspectos teóricos del turismo asociado con la sexualidad y el homoerotismo". En: López, A. & Van Broeck, A. (Coordinadores) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 19-48
- Vargas, S. & Alcalá, B.** (2008) "Espacios homoeróticos y turismo sexual en Acapulco". *Esencia y espacio* 26: 26-34
- Vargas, S. & Alcalá, B.** (2013) "Aspectos territoriales de la prostitución masculina vinculada al turismo sexual en Acapulco". En: López, A. & Van Broeck, A. (Eds.) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 227-260

Recibido el 28 de diciembre de 2014

Reenviado el 17 de marzo de 2015

Aceptado el 25 de marzo de 2015

Arbitrado anónimamente

CUERPOS DE HOMBRES EN VENTA EN ÁMBITOS TURÍSTICOS DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Una perspectiva espacial

Álvaro López López*

Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad de México, México

Oswaldo Gallegos Jiménez**

Universidad del Caribe - Cancún, México

Gino Jafet Quintero Venegas***

Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad de México, México

Resumen: El objetivo de este trabajo es explorar la dinámica espacial del trabajo sexual masculino —tanto a pobladores locales como a visitantes extranjeros— en el barrio de la Ciudad de México más frecuentado por turistas de diversas orientaciones sexuales: la Zona Rosa. El contexto espacial ofrecido en el primer apartado se centra en el panorama socioeconómico de la actividad turística y en la localización de las áreas de interacción sexual homoerótica (en especial la gay) y de los espacios de prostitución entre varones. El segundo apartado aborda la dinámica territorial del turismo sexual a partir de los resultados de ocho entrevistas a trabajadores sexuales que regularmente prestan sus servicios a turistas. Un tercer apartado se ocupa de los rituales del sexoservicio de los entrevistados, y finalmente se analizan las prácticas e identidades de los trabajadores sexuales.

PALABRAS CLAVE: turismo, homoerotismo y prostitución masculina, identidad sexual, Zona Rosa, Ciudad de México.

Abstract: Men's Bodies for Sale in Tourism Contexts in Mexico City. A Spatial Perspective. This paper sets out to explore the spatial dynamics of male sex work in the so-called Zona Rosa of Mexico City, the capital's most notorious tourist and gay-oriented neighbourhood. The study concerns both foreign and domestic demand. Focusing on the tourist scene, it starts with an overview of the spatial context, the location of homoerotic (mainly gay) sexual interaction practices, and the distribution of male-to-male prostitution venues in Mexico City. In the following section, an analysis of the results of eight interviews to sex workers who regularly serve tourists illustrates the spatial dynamics of sex tourism in the area. The analysis includes the rituals the interviewees go through when offering their services. The article ends with a discussion of the identities and social practices of sex workers.

KEY WORDS: tourism, homoeroticism and male prostitution, sexual identity, Mexico City, Zona Rosa.

* Doctor en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. Actualmente es Investigador Titular de Tiempo Completo en el Departamento de Geografía Económica del Instituto de Geografía de esta Universidad y profesor de asignaturas relativas a la geografía del turismo en maestría y posgrado. E-mail: lopuslopez@yahoo.com.mx

** Maestro en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México, México; y doctorando en esta misma universidad. Actualmente es profesor en la Universidad del Caribe, Cancún, México. E-mail: ogallegos@ucaribe.edu.mx

*** Maestro en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. Actualmente cursa el doctorado en Geografía en esta misma universidad. E-mail: england_km@hotmail.com

INTRODUCCIÓN

Este artículo aborda el trabajo sexual voluntario entre hombres adultos en el ámbito turístico de la Ciudad de México, para lo cual comienza por exponer las circunstancias generales del turismo en la ciudad destacando la importancia de la Zona Rosa por sus servicios recreativos dirigidos a visitantes que acostumbran involucrarse en prácticas homoeróticas. La Zona Rosa es un barrio comercial y cosmopolita cercano al centro de la Ciudad de México que concentra una gran cantidad de boutiques, hoteles, bares y restaurantes y cuenta con una gran afluencia de visitantes por su activa vida nocturna.

Este conocido barrio de la ciudad alberga espacios de ‘homosocialización’ que como en cualquier otra parte resultan del juego de fuerzas de poder y resistencias que opera en la sociedad a nivel local (Núñez, 1999). En estos espacios donde la moral es confrontada y modificada por la sexualidad global existe un intrincado juego de fuerzas entre, por una parte, instrumentos legales que a veces obstaculizan y a veces sustentan la interacción espacial entre varones de sexualidad diversa, y por la otra, la lucha de la sociedad civil por lograr condiciones equitativas para las distintas preferencias sexuales y sus ámbitos de socialización (Núñez, 1999). Estrechamente vinculados a estos espacios de ‘homosocialización’ y al mercado turístico están los espacios del servicio sexual masculino cuyas condiciones sociales y legales son de especial interés aquí.

TURISMO, HOMOEROTISMO Y PROSTITUCIÓN ENTRE VARONES EN LA CIUDAD DE MÉXICO

La Ciudad de México, una de las más pobladas del planeta y célebre por sus grandes contrastes socioeconómicos, es el núcleo turístico más importante de México, destino de poco más de 13% de los turistas que visitaron el país en el año 2012 (Datatur, 2013). Más allá de su vasto patrimonio histórico, arqueológico y cultural y del hecho de ser un polo económico de primera importancia no hay que perder de vista que esta gran metrópolis concentra también los poderes político, administrativo y religioso del país, lo cual resulta en un comportamiento turístico sumamente complejo que se manifiesta en múltiples modalidades de turismo como el religioso, el de negocios y convenciones, el histórico, el de ocio y el sexual, por mencionar sólo algunos ejemplos (López & Sánchez, 2007; Secretaría de Turismo Ciudad de México, 2012).

La dinámica turística más importante de la ciudad se verifica en torno al Corredor Turístico Centro Histórico-Reforma-Santa Fe, eje protagónico de la vida nacional por la presencia no sólo de grupos empresariales multinacionales, sino también de festivales, exposiciones fotográficas y de escultura, desfiles y diversos festejos de triunfos deportivos o políticos. A lo largo de este eje y en sus inmediaciones se ubica una gran variedad de establecimientos asociados con la actividad turística (restaurantes, discotecas, bares, centros comerciales, galerías, museos, auditorios, teatros, cines) e inmuebles de corporativos hoteleros (López & Sánchez, 2007). En lo que toca al entretenimiento para

adultos es la Zona Rosa, barrio del centro-poniente del Distrito Federal (DF), el sitio más importante del corredor.

En la Zona Rosa y colonias aledañas se ha ido incrementando el turismo gay, mercado de gran potencial económico que aún está por consolidarse. Enmarcada en un gobierno de izquierda, el 17 de agosto de 2007 la Secretaría de Turismo del DF firmó una alianza estratégica con la Asociación Internacional de Turismo Gay y Lésbico (IGLTA son sus siglas en inglés), a fin de convertir a la Ciudad de México en un destino *'gay-friendly'*. Esta decisión puso de relieve el reconocimiento oficial de que el llamado "turismo rosa" y los espacios que ocupa (hoteles, discotecas, bares, teatros, tiendas de ropa, spa, etcétera, de orientación 'gay'), tienen un peso importante en la dinámica turística en la Ciudad de México, tal como señaló Alejandra Barrales, en ese entonces Secretaria de Turismo del DF (NotieSe, 2011).

No obstante, pese a las intenciones del gobierno lo cierto es que la homofobia persiste en el DF y la gran mayoría de los negocios abiertos al mercado gay aún no está en condiciones de brindar la atención específica que esperan los turistas de ese sector, pese a que como señaló Juan Carlos Ayala Torres, director de la agencia de viajes para gays y lesbianas Turismo Diferente, los gays y las lesbianas viajan cinco veces al año, cuando el promedio de la población en su conjunto es de tres. Ante el reconocimiento generalizado de la elevada capacidad de gasto de los turistas gay, hoy día diversos gobiernos en distintas partes del mundo compiten por captar su atención, y el del DF no es la excepción. En los últimos años a partir de la resonancia mundial que ha tenido la aprobación de la Ley de Sociedades de Convivencia y más tarde el matrimonio entre personas del mismo sexo (El Universal, 2010), el DF ha estado buscando convertirse en figura líder del turismo gay.

Además del conjunto de negocios recreativos dirigidos a la comunidad gay en la Zona Rosa, vale la pena mencionar la Marcha por el Orgullo LGBTTTI (lésbico-gay-bisexual-travesti-transgénero-transexual-intersexual), ahora convertida en un espectáculo de gran atracción turística para la Ciudad de México, en una *"clara emulación de los desfiles del Gay Pride Day en Estados Unidos y Europa"* (Hernández, 2009: 24). Desde 2010, esta marcha congrega en el DF a más de medio millón de personas con lo que se genera una alta ocupación hotelera y un no menos importante consumo de bienes y servicios turísticos (SPDnoticias.com, 2013).

Pese a que la mexicana sigue siendo una sociedad conservadora es indudable que los varones de orientación sexual diversa viven hoy una realidad muy distinta a la que vivieron sus antecesores. A partir de los años noventa del siglo pasado los espacios de encuentro homoerótico comenzaron a proliferar en la Ciudad de México, muchos de ellos promocionados como 'gay' (Hernández, 2002; Laguarda, 2009). Sánchez & López (1997; 2000) documentaron la distribución de lugares de "homosocialización" en la Ciudad de México en 1992 y en 1998. En el primero de esos dos años había 60 de ellos entre bares, discotecas, saunas, estaciones del metro, cafés, parques, cines y calles; en su mayoría ubicados en la Zona Rosa. Seis años más tarde la cifra había ascendido a 80.

Poco a poco la clientela gay ha dejado de ser considerada minoritaria en la Zona Rosa, donde como consigna Del Collado (2007) entre 2005 y 2009 había más de 150 establecimientos visitados por hombres gay y en el último de esos dos años, en tan sólo cuatro de ellos (Cabaré-Tito, Neón, VIP y Punto y Aparte), el número de visitantes por semana alcanzó los 12 mil.

Desde distintos puntos de la ciudad y sus áreas conurbadas miles de personas se trasladan cada semana hasta los lugares de homosocialización de la Zona Rosa para hacer uso de la infraestructura de esparcimiento; pero también la Zona Rosa recibe turistas de otras partes de México y el extranjero con su consecuente impacto en el turismo.

En lo que toca al trabajo sexual masculino si bien es difícil delimitar las áreas en las que se contrata de manera presencial, éstas por lo general están próximas a los sectores recreativos de la homosocialización o del turismo. En la Zona Rosa y sus alrededores, es posible contratar servicios sexuales tanto en negocios a puerta cerrada (*strippers, go-go dancers*) como en las calles.

TURISMO SEXUAL EN LA ZONA ROSA DE LA CIUDAD DE MÉXICO: PERSPECTIVA DE LOS SEXOSERVIDORES

En este apartado se analizan ocho entrevistas en profundidad realizadas en el año 2007: seis de ellas a sexoservidores que trabajaban en las calles de la Zona Rosa y dos a trabajadores sexuales (uno mexicano y otro argentino, ambos menores a 28 años) que ofrecían sus servicios por Internet y que operaban con frecuencia en la misma circunscripción. La situación socioeconómica relativamente favorable de estos dos últimos contrasta con la de los sexoservidores de la calle de bajo nivel socioeconómico. De los seis entrevistados en este grupo cinco tenían menos de 25 años y uno 30; y todos menos uno, que era originario de la Ciudad de México, provenían de otras entidades del país.

Los ocho entrevistados declararon haberse involucrado en el trabajo sexual de manera incidental y atender frecuentemente a turistas. Un elemento crucial es la existencia de algún amigo ‘ancla’ que les sugiere este trabajo como alternativa para superar sus carencias económicas o mejorar su nivel de vida. Pese a la visión lúdica que la mayoría de ellos tiene de su trabajo, en el discurso de algunos de los entrevistados puede adivinarse cierta culpabilidad.

En cuanto a la procedencia de sus clientes lo reportado por los trabajadores sexuales se asemeja mucho a las cifras oficiales de turismo de la Ciudad de México. En primer lugar están los visitantes provenientes de otras entidades del país seguidos por extranjeros de Norteamérica, Europa y América Latina, en ese orden. Y también, en consonancia con lo que Oppermann (1999) ha observado en otros estudios, algunos de los entrevistados adoptan el papel de viajeros cuando sus clientes los invitan a sus lugares de residencia o cuando los turistas los invitan a acompañarlos en sus visitas a otros lugares fuera de la ciudad. A diferencia de otros casos prototípicos reportados en la literatura internacional (Boushaba, Tawil, Imane & Himmich, 1999), en que los sexoservidores

parecen buscar turistas extranjeros con la intención de irse a vivir a otros países en busca de nuevas oportunidades de vida, aquí lo que se detectó fue el deseo de utilizar la relación para viajar fuera de la ciudad. Lo que sí es muy frecuente es que los clientes sean viajeros de negocios que viajan solos o con colegas, lo que potencia las posibilidades de búsqueda y encuentros sexuales; algo muy común en el turismo sexual global.

Nos vienen a buscar personas de todas partes. Llegan turistas extranjeros, pero la mayoría son mexicanos. Me ha tocado que vienen de Michoacán, Monterrey, Guadalajara. Los extranjeros son gringos, canadienses, argentinos, brasileños, hay de todo. Del total, o sea, del cien por ciento de clientes, creo que el 30 por ciento son extranjeros. Los turistas nacionales son como el diez por ciento del total de los clientes [...] Hay algunos clientes de fuera que lo invitan a uno a ir a donde viven. Al único lugar que me fui una vez dos días, fue con uno de Sinaloa, porque era riquísimo, rico de abolengo (Ángel).

Los turistas extranjeros te pagan el doble o el triple porque no saben. Yo creo que acá de un cien por ciento de turistas, el 30 por ciento son extranjeros, y los demás son mexicanos [...] Hay clientes que me han sacado del DF, y entonces cobro más cuando es por día; es más, voy a ir a Monterrey con un cliente que le voy a cobrar cuatro mil pesos por tres días (David Primero).

La mayoría es más del Distrito, la minoría de fuera. Gabachos [estadounidenses] también llegan, gente así gringa, pero muy poco; la verdad, de un cien por ciento, el 90 por ciento es de aquí del Distrito y de Tijuana, gente de Morelia y de Pachuca; gente de Estados Unidos, gente de... alemanes... gente española es lo que más se ha dado. Una vez me tocó un francés, pero ni le entendía lo que me decía... y estuve con un noruego [...] Sí, sí hay gente que te lleva hacia afuera, te llevan a Vallarta, a Morelia, a Pachuca, a Puebla, una vez me tocó Los Cabos, me tocó Vallarta y León (Servando).

¿Gente del extranjero? Yo tenía un cliente que se llamaba Ángel, es un español, es mexicano pero reside en España, tiene varios establecimientos fuertes de comida mexicana en España, tengo un cliente que se llama Peter, también es español, él ya reside aquí en México, en Cuernavaca... [Vienen de] Alemania, España, Estados Unidos y, más que nada, Canadá [...] Sí [me han llevado] a Acapulco, siempre te llegan un buen de propuestas de que "te voy a sacar de trabajar, te voy a dar dinero, te voy a dar todo", entonces eso siempre se queda inconcluso (Ariel).

Hay algunas personas que son de aquí pero están viviendo en Estados Unidos, me ha tocado gente que viene de Los Ángeles, de Miami, de Ecuador, del DF; vienen de todos lados, pero cuando vienen de Oaxaca, Puebla, Acapulco, gente que viene a pasear el fin de semana. Y cuando son de fuera, yo creo que de Estados Unidos, me ha tocado alguien de Los Ángeles, de Nueva York, he encontrado algunos de Cuba... He viajado a Acapulco, Puerto Vallarta, me falta Cancún y Los Cabos.

Conozco muchas playas con clientes que se vuelven amigos, o con amigos, o con alguna pareja, con parejas, por trabajo (David Segundo).

Turistas del país... siempre me toca gente del norte, que generalmente vienen a arreglar asuntos de trabajo; hasta ahora que he trabajado como con 50 hombres, de esos, 30 son de fuera (Eduardo).

Para los trabajadores sexuales un turista es un extranjero blanco y de aspecto caucásico y cualquiera que parezca mexicano no es turista. Por ello, al momento de hacer las preguntas relativas al turismo nacional y al turismo extranjero fue necesario enfatizar en la diferenciación entre los clientes locales, los visitantes provenientes de otros lugares del país y aquellos que pueden pasar por mexicanos pero que provienen del extranjero. El discurso de los sexoservidores coincide con lo consignado en otras investigaciones acerca del muy difundido estereotipo del "latino" sensual. Pese a que los visitantes extranjeros suelen sentirse inseguros en el país (dada la imperante corrupción que caracteriza al sistema policial y de justicia mexicano), los sexoservidores en general dicen recibir mejor trato y mayor remuneración económica de los extranjeros que de los nacionales.

Los extranjeros que vienen acá buscan más a los que tenemos aspecto de mexicanitos, morenitos claros, delgados, o gente musculosa, también les gustan los cotorreadores, simpáticos y buena onda. Y es que aquí no van a buscar a un güerito, es como si yo voy a turistar, no voy a buscar a una morenita, a una mexicana [...] Hay turistas que fingen equivocarse, llegan en sus carros, se paran, me acerco y dicen que qué onda, que no sé qué, "¿qué haces?, vamos a dar una vuelta", pero cuando les digo que estoy trabajando, dicen "¿ah sí?, ¿y en qué trabajas?", y les digo y me dicen "¡ah perdón! Es que yo estaba dando la vuelta", y entre que se equivocan y entre que hacen eso por maña... (Ángel).

De los turistas extranjeros, el americano es el que mejor lo trata a uno; son muy atentos, te preguntan si quieres cigarros, que qué se te ofrece. Los nacionales son más exigentes, como el que "yo pago, yo mando". Me han tocado gringos que son unas personas bien atentas, y aquí la mayoría de los que me levantan, de que si estás así, me dicen "¡párate tú!", y yo, "ah, órale, ¿qué onda?" En cambio, los gringos, que si "¿me puedes pasar esto?", "claro mijo, ¿qué más quieres? ¿Te hace falta algo más?", y la fregada... que si "¿quieres unos cigarros...? O sea, son bien atentos. Algunos extranjeros me han ofrecido mucho dinero para que les dé un beso, o para que sea pasivo, o para que les haga un oral, pero "¡no y no!" Pero lo entienden y no molestan más. Pero los mexicanos insisten mucho, son muy tercos (David Primero).

Sí, te pagan mucho mejor los gringos, los gringos de fuera, de Europa, no los de aquí, los americanos, gente de fuera, de Europa te paga mucho mejor, son muy buena onda, digo, a mí nunca me trataron mal, son menos pesados hasta que... inclusive, lo puedo decir, hasta mis mismos clientes aquí mexicanos, la verdad, y el español buena onda, muy buena onda (Servando).

Los extranjeros son muy extraños. Apenas me tocó ir a trabajar el sábado con un español, pero rarísimo, quiere que te le pases pegado, así, como si fueras un pez, pez de los que se te pegan al cuerpo, así, pero haciéndole así en el pezón, chupándole el pezón y todo eso y masturbándote; le digo “ya se te acabó tu tiempo”, y me dice, “¿cuánto te debo?”, y le digo “500”, y me dice “te los voy a dar, aunque no te los mereces” (Ariel).

Le digo al cliente: “oye, y cuando tú terminas, ¿no te sientes vacío?” “No, para nada, al contrario, al contrario, me siento muy complacido y muy bien”. Todas son experiencias (David Segundo).

En el pago son mejores los de fuera, pagan mejor que los chilangos [de la Ciudad de México]. Los turistas son más tímidos que los de acá, les da más miedo ver una patrulla; si me suben a la patrulla, ¡a los de acá les vale madres! En el pago son mejores los de fuera, pagan mejor que los chilangos (Eduardo).

EL RITUAL DEL SERVICIO SEXUAL MASCULINO EN LA ZONA ROSA

El trabajo sexual es un ritual en el que participan el sexoservidor y su cliente, verificado en el *performance* que cada uno hace de sí mismo y de su deseo. Como señala Altman (1999: xii), “*mucho de la prostitución masculina también involucra varias formas de la identidad transgénica/performance/deseo*”, y los actores teatralizan lo que suponen interesa al otro, según las categorías de que disponen. Los clientes, por lo general, llegan en automóvil a las calles de la Zona Rosa, hacen un reconocimiento minucioso de un territorio constituido en un espacio de deseo en el que los sexoservidores, por su parte, exhiben a los clientes sus atributos masculinos y les hacen ver su disposición mediante miradas insistentes y movimientos corpóreos, de los cuales el más común es llevarse la mano a la entrepierna, gesto inequívoco que remite a los genitales, centro principal del ritual. Tras uno o múltiples recorridos, una vez que el cliente se interesa en alguien, detiene el auto enfrente, delante o a la vuelta de la esquina, y propicia el encuentro, evitando ser visto por otros automovilistas, peatones, policías de calle o patrullas. Los clientes se pueden decidir a contratar a un sexoservidor o a varios y ellos, a su vez, pueden aceptar o declinar una oferta. Esta descripción es típica de lo que ocurre en la Zona Rosa durante los fines de semana tras el cierre de los establecimientos de diversión nocturna, que es cuando aumenta la demanda de servicios sexuales.

El trabajador sexual busca impactar, atraer y convencer al cliente de que es su mejor opción entre las disponibles, así como obtener la máxima remuneración posible para lo cual actuará y esgrimirá sus argumentos. El cliente buscará su mejor opción en términos de las características físicas, posibilidades sexuales, precios, etcétera. Este *performance* echa mano de un extenso repertorio de mensajes hablados y simbólicos asociados a intereses personales, deseos, gustos y prejuicios, no exentos de poder.

Ya sea que el cliente busque un varón prototípicamente masculino o un hombre con algunos rasgos femeninos, la masculinidad siempre es un referente en la negociación del servicio sexual entre quienes la ofertan y la demandan. Así pues, el punto es definir qué es la masculinidad, aspecto por demás controvertido. Los trabajadores sexuales aluden a la hombría como un conjunto de atributos que pueden ser tangibles o no: actitudes masculinas (modales, miradas, movimientos corpóreos); formas del cuerpo (en conformidad con un ideal de belleza occidental en especial la musculatura); tamaño del pene (se es más masculino mientras más grande sea el miembro); mostrarse al menos en el discurso como sexualmente activo en el sentido de ser el penetrador, cuyos orificios corporales (boca y ano) están vedados tanto a hombres como a mujeres.

No obstante, en la interacción homoerótica, los trabajadores sexuales no parecen cumplir su discurso al pie de la letra. No sólo hay flexibilidad en el juego de roles (“activo” o “pasivo”), sino que es imposible saber qué exactamente es lo que busca un cliente determinado. La masculinidad no es sino la norma que permite definir las condiciones de intercambio entre cliente y contratado; sobre todo para quienes fincan su discurso en la inviolabilidad de esa masculinidad, a la que sólo puede renunciarse mediante un cobro significativamente mayor.

Previamente a la contratación del servicio sexual tiene lugar un diálogo sustentado en los argumentos de ambas partes respecto de la masculinidad que en el presente trabajo se denominan factores circulantes de la negociación del servicio sexual masculino. Uno de estos factores es la belleza masculina que determina la decisión de quien contrata pero también influye en las condiciones de aceptación del contratado. Si un sexoservidor se enfrenta a un cliente poco atractivo o de edad avanzada lo más probable es que eleve sustancialmente su tarifa o se rehúse a prestar el servicio. La disposición por parte del cliente a pagar una tarifa elevada está en razón proporcional a la atracción que sienta por el sexoservidor. De igual manera, si el trabajador sexual se siente cautivado por la belleza de su cliente puede decidir reducir la tarifa e incluso puede llegar a no cobrar. No hay que olvidar que en la sociedad mexicana el dinero está relacionado simbólicamente con lo masculino, pues es atributo del hombre proveer lo material. Si bien es cierto que este discurso va rápidamente perdiendo vigencia, lo cierto es que el dinero otorga al cliente poder para negociar de manera ventajosa con los trabajadores sexuales.

[Los clientes] te preguntan los roles, puedes ser pasivo, activo, ínter... Yo cobro un poquito más porque yo soy más activo, a mí me gusta, yo disfruto más así. A veces te contratan de pasivo, se cobra un poco más, yo cobro más. La mayoría te busca por el sexo y otros para platicar, para hacer cosas, para compañía. Algunas relaciones son para platicar, algunas para que tomes con ellos, otras para que les hagas compañía como escort, otras porque pues es gente arrepentida que está casada. Ochenta por ciento de los clientes que yo tengo son casados y no destapados de clóset; van y te lloran, haces un tipo de psicólogo en este trabajo, llega la gente y te platica (Servando).

Aquí me ha tocado de todo tipo de personas, de 20 a 45 años. He tenido sexo con mujeres como cinco veces, y con hombres he tenido... ¡ya perdí la cuenta! Soy 'inter', o sea, que manejo los dos roles y no tengo problemas. Según como vengas vestido, si vienes vestido obvio [afeminado] te van a querer para pasivo, si vienes vestido como vengo vestido yo ahorita, como tipo chacal [hipermasculino, y de clase social baja], te van a querer para activo, y eso yo nunca lo he entendido, pues por lo común ya sabemos cuáles son los activos, cuáles son los pasivos, ya para el tiempo que yo llevo aquí en el punto, yo ya sé cuáles son activos y pasivos, cuando son gay yo ya sé cómo llegarles, cómo decirles "¡soy activo cien por ciento!" (Ariel).

No me subo con cualquiera, ¿eh?, yo soy selectivo, yo digo "sí, contigo sí". Todo el mundo te pregunta qué eres, lamentablemente, y yo respondo, pues yo soy lo que tú quieras, pues soy activo, pues soy pasivo; la ventaja que tú tienes cuando trabajas en la calle es que llega el cliente y tienes que ser muy inteligente, desde el momento en que te acercas a la puerta, bajas tu vidrio, en el momento en que se abre la puerta entras al auto, te sientas y tienes el transcurso de ahí al hotel para tú interrogarlo, escucharlo y saber qué clase de persona es y con eso, tomar todavía una decisión (David Segundo).

Yo sí soy selectivo con los clientes, al guapito le puedo hacer un descuento, al pasable le cobro lo normal y al feo le cobro el doble; las edades no me importan, me he ido hasta con de 60 años; nunca he estado con un discapacitado y, no sé, no me creo capaz de poder estar con uno; no sé, no discrimino, ni nada, pero simplemente no creo que pudiera. Uno se puede parar a trabajar en la esquina que sea y no es tanto en la clasificación de si se es activo, pasivo o 'inter'; y hay quienes dicen que no hacen cosas por dinero, pero en una ocasión me llevaron con un chavo que era activo y le pagaron muy bien y terminó haciéndome a mí el sexo oral y besándome. He llegado a la conclusión de que no hay nadie que sea activo al cien por ciento, ni pasivo al cien por ciento, simplemente que no ha llegado quien les guste, porque el chavo con el que estuve dijo que su pareja era pasivo y que a él jamás le había hecho sexo oral, pero yo le había gustado mucho. Muchos de los que me suben en sus carros me dicen que solamente quieren platicar y me pagan por eso (Eduardo).

Los factores circulantes no terminan en la contratación, sino continúan durante el tiempo que los dos actores están juntos. Por ejemplo, durante la relación sexual propiamente dicha el cliente puede exigir prácticas no pactadas (incluso el obviar el preservativo) y el trabajador puede negociar tanto como considere pertinente y eventualmente aceptar si el cliente tiene suficiente poder económico. En cuanto a la supuesta inviolabilidad de la masculinidad (entendida en términos de quién es el que penetra), los discursos de los trabajadores sexuales se contradicen. Uno de los entrevistados declaró haberse enterado a través de algunos clientes compartidos, de que otros trabajadores sexuales que se dicen sólo activos se dejan penetrar o practican la felación por más dinero.

Independientemente de las dificultades implícitas en el trabajo sexual lo que determina la decisión de correr riesgos es la remuneración. En promedio, un trabajador sexual de calle puede tener un

ingreso semanal de entre cinco mil y siete mil pesos (350 a 500 USD) y en algunas semanas puede llegar a obtener más de 15 mil. En contraste con esto, quienes trabajan a través de Internet pueden ganar fácilmente el doble por el mismo trabajo y el mismo o menos tiempo, como se puede apreciar en el último de los testimonios a continuación.

Las tarifas dependen de lo que se haga, pero no menos de 500 [pesos] por el servicio completo. Una mala semana me sacaría trabajando, ya así, muy jodido, unos 300 pesos diarios, y nada más cuatro días: 1,200 a la semana. He tenido semanas de hasta 15 mil pesos; una regular son de a cinco [mil]; eso sí, trabajando diario, desde las ocho de la noche hasta las siete de la mañana. Siempre nos andamos peleando con otros chavos para que no bajen las tarifas, porque nos joden a todos, de plano hay gente que te llega a ofrecer 100 pesos, y yo les digo “¿pues qué nomás la vas a oler, o qué?” (Ángel).

Todos somos parejas. Un oral sale en 250 [pesos] y un completo, que es penetración, en 500. Cuando está normal el trabajo sacas de 500 a mil; cuando está muy bien, te llevas de 2 mil a 3 mil, pero muchos tienen que usar Viagra porque es mucha presión y no trabajan muy bien; pero, cuando está muy bien el trabajo, son de 2 mil a 3 mil diarios (David Primero).

Les cobro 400 [pesos] por una hora, y te incluye oral, cachondeo, jugueteo; a veces, este, pues uno que otro masajito, digo, si te cae bien la persona. Yo cuando llegué sacaba 12 mil pesos a la semana; no estaba tan acabado, ¿verdad?, Dejé de ir a al gimnasio, dejé de hacer dietas, se empezaron a perder ingresos. A la semana saco ‘orita en estos días, pues como unos 4 mil pesos (Servando).

El costo de la relación es de 400 pesos, incluyo sexo oral, penetración y cachondeo; les incluyo un masaje relajante, pero pues tú te los vas granjeando en el camino para que te vayan dando más dinero. Llegando al hotel tú me tienes que pagar mis 400 pesos, si me la quieres mamar me la puedes mamar, pero si quieres que yo te la mame, te voy a cobrar más, porque yo vengo por un servicio y, por ejemplo, un cliente te dice “te doy 1,000 pesos si no te pones condón” (Ariel).

Cobramos de acuerdo a lo que hacemos, yo siempre cobro de acuerdo a lo que hago, trabajo desde 400 [pesos] hasta... dependiendo del cliente (David Segundo).

Cobro más de hombre, unos 500 pesos; al menos los de aquí no nos bajamos de 400, o sea, yo lo más que me puedo bajar son 400, pero lo mínimo que trato siempre de cobrar son 500, o sea, ésa es mi tarifa. Si el cliente está guapo, sí me puedo bajar un poco, pero regularmente trato de no bajarme (Eduardo).

De repente, por ejemplo, hasta tres servicios al día [...], entonces multiplica, o sea, son como tres mil, cuatro mil, o hasta cinco mil pesos, que es lo que gano más o menos en una quincena; entonces,

en quince días gano lo de un día; tres horas, porque nada más es de una hora el servicio) (Argentino Internet). Evidentemente, el entrevistado quiso decir aquí que en un día, trabajando sólo tres horas, podía llegar a hacer lo que ganaba normalmente en una quincena.

Si bien algunos de los contratantes llevan a sus clientes a su lugar de residencia para el encuentro sexual, lo normal es que recurran a alquilar un cuarto de hotel. La Zona Rosa y sus alrededores cuentan con una enorme oferta hotelera de diversas categorías: desde los hoteles de lujo de los grandes corporativos en la avenida Paseo de la Reforma, hasta los moteles y hoteles ubicados en dirección al Centro Histórico. El pago del hotel es a cargo del cliente y por ello él puede decidir a dónde acudir, pero por lo general esto se negocia con los sexoservidores que saben a qué tipo de establecimientos es más fácil ingresar y están conscientes de las preferencias de hospedaje y capacidad económica de los turistas extranjeros, nacionales y locales.

A los turistas internacionales casi siempre me los llevo a los hoteles que están cerca de la Zona Rosa o en la Roma en Marina Nacional. Todo depende también a dónde lo quieran llevar a uno y del dinero que ofrezcan por el tiempo de estar con ellos, porque, ¡todo es negociable, todo! —bueno, no todo—. Con los nacionales también voy a sus hoteles y a veces a sus casas que tienen aquí (Ángel).

La mayoría vamos a hoteles, ya es muy raro que vayamos a su casa, porque ya tienen mucho miedo de que no te conocen y que ya los han robado. Y muchas veces te dejan ahí si te ven algo anormal o raro, se van y te dejan ahí en el hotel (David Primero).

Vamos a trabajar a los hoteles. Yo, en lo particular, voy a trabajar a los hoteles porque me siento con más seguridad, ¿no?; no toda la gente es tan buena onda en este trabajo, entonces pues tienes que cuidarte. Te podría decir que es más en hoteles, en el Cies, el que está ahí en Melchor Ocampo, Río Guadalquivir, la lateral de la derecha sobre el circuito; está el Luar, un poco más atrás, también dos cuadras atrás sobre el circuito; también vienen para acá, si algunos se les hace muy lejos, entonces en el Monumento a la Revolución, en uno que se llama Argollat, también voy ahí a trabajar; digo, ya así de súper hoteles que me han tocado, se llama Isabel o algo así, digo, pero son los clientes ya, este, ya de otro nivel (Servando).

Bonampak, Monarca, Castro... en avenida Chapultepec, sobre Monterrey; Eurostar, Suite, en el que acabo de trabajar ahorita fue en el María Isabel. Me han tocado el Marriot, el Niko, los mejores hoteles me han tocado, creo que el único que no me ha tocado es el María Cristina todavía, el Galerías Plaza... (Ariel).

Los llevo a los hoteles y todo, y pues empezamos a platicar así, bien chido y todo (Eduardo).

PRÁCTICAS E IDENTIDADES DE LOS SEXOSERVIDORES DE LA ZONA ROSA

Existe el prejuicio derivado de la ignorancia de que los trabajadores sexuales son 'gay' u homosexuales por el hecho de relacionarse sexualmente con otros hombres. No obstante, las entrevistas realizadas muestran una realidad mucho más compleja, lo cual conduce a la necesidad de distinguir entre prácticas homoeróticas e identidades sexuales. En las entrevistas aquellos que se asumen como heterosexuales (o "buga", que es el término corriente) enfatizaron que sus prácticas homoeróticas pertenecían a la esfera del trabajo y que dada su preferencia heterosexual poseían una hombría "verdadera" que los cotizaba más alto. Sin duda, esto expresa un machismo y una sobrevaloración del género masculino, a tal grado que uno de los entrevistados declara no sentirse "totalmente hombre" por relacionarse sexualmente con personas de su mismo género. Lo anterior contrasta con aquellos que se asumen abiertamente como 'gay' sin sentirse por ello disminuidos, lo cual es indicativo de los avances en el proceso de legitimación social de esa identidad en la Ciudad de México.

Yo siempre había estado con mujeres, y siempre he sido muy sexual; entonces, cuando empecé en esto, a los 18 años, mi amigo me platicó todo y cómo se hacía con hombres, además de que yo tenía muchos problemas psicológicos para poder estar con hombres porque no sabía cómo lo iba a hacer con un hombre. Para excitarme y tener erección lo que hago es ver películas pornográficas y cuando tengo alguna incomodidad de estar con un hombre, pues lo que hago es mentalizarme (Ángel).

Me gusta coger con mujeres, pero al vivir de esto cojo con el que se dé. Y es que hay gente que se aburre de tanta mujer, y a veces buscan un hombre. Si yo tuviera dinero estaría con puras mujeres. La gente te confunde por cómo te vistes, o no sé, piensan que eres gay, no me siento gay, aunque sé que estoy haciendo mal al acostarme con hombres, me gustan las mujeres, aunque no puedo decir que soy hombre hombre, porque me acuesto con ellos (David Primero).

Me gustan las mujeres, y hasta que vino esto me gustan los hombres, pero realmente yo siempre me consideré heterosexual o buga. Ahora sí estoy bien definido, me considero una persona bisexual, sí me gustan los hombres (Servando).

Soy gay, sí soy gay; para mí ser gay es, de que me gustan los hombres, mi familia sabe que soy gay (Ariel).

A cualquiera que pase le digo que soy gay, no me gustan las mujeres, fuchi... ¡Es broma! Como gay tienes miedo a la crueldad de los compañeros de la escuela, te ocultas, te preguntan que si te gustan los hombres, tú dices que no y te insisten, vives una serie de miedos, de sufrimiento, de tristeza, es como una agonía; llega un momento en que uno se acepta, no puedes vivir a medias, la

vida es maravillosa, muy bonita, entonces hay que disfrutarla, y yo eso hago, no me complico, y aparte mi familia me ha ayudado mucho, mi familia es maravillosa (David Segundo).

Yo me considero hombre, aunque mi inclinación sexual sea distinta a la gran mayoría, soy un poco afeminado, pero aún así sigo siendo hombre; cuando me tengo que definir me asumo como homosexual, y a veces me digo gay, porque sé que no hay ninguna diferencia entre las dos palabras (Eduardo).

Con respecto a su trabajo, los entrevistados se autodefinen de maneras muy variadas y a menudo variables, de pronto con cierto desprecio a falta de su legitimación social, pero cuando hablan de su actividad como fuente de ingresos se sienten empoderados y no sólo la justifican sino que se refieren a ella positivamente. Uno de los aspectos identificados en los discursos fue el uso de la palabra escort como una suerte de eufemismo que les permite neutralizar la agresividad percibida en los demás términos (chichifo, mayate, prostituto, etcétera). Chichifo hace referencia a los jóvenes que tienen relaciones sexuales con otros hombres a cambio de bienes, dinero e invitaciones, bajo la apariencia de dádivas o préstamos. Mayate es el varón que se asume como heterosexual pero que tiene sexo con otros varones, ya sea por interés económico o para satisfacer sus deseos sexuales.

Otro asunto importante es que, si bien para muchos el trabajo sexual supone una manera de alquilar su cuerpo, para otros en la relación está implicada también su presencia como escuchas, confidentes y eventualmente como individuos receptores del cariño o el amor de otros. Desconocer estos aspectos conduciría a un análisis simplificado del trabajo sexual.

Entre nosotros no nos llamamos trabajadores sexuales o sexoservidores; nos llamamos por nuestros apodos, como cuates. La demás gente nos dice que los chichifos, que los prostitutas de Hamburgo (popular calle comercial de la Zona Rosa), y así es como más nos identifican en el ambiente, como chichifos. Cuando mi novia se enteró en lo que trabajo, me dijo que prefería que mejor robara. Me gustaría tener la suficiente economía para hacer cosas diferentes y descubrir todos mis principios de otra forma. Algunas veces la gente me ha mirado feo por lo que hago, sobre todo jóvenes que van en grupo y pedos, se acercan y nos gritan: “¡putos!”, “¿cuánto cobras?”, y cosas así, pero yo no hago caso, tomo las cosas como de quien vienen (Ángel).

Cuando digo qué soy, digo que soy escort, o sea, sexoservidor, para no decir la palabra tan fea de que me prostituyo en la calle, pues es un poco más decente. Y si me preguntan en qué trabajo, les digo que ando con hombres en la calle para arriba y para abajo, o sea, en la prostitución. En Monterrey nos dicen mayates, aquí nos llaman chichifos. Los trabajadores sexuales estamos marginados por la sociedad, por el solo hecho de andar en esto; cada vez hay más, cada vez llegan nuevos, se van esparciendo (David Primero).

Trabajo en la prostitución, lo que estoy buscando es meterme al gimnasio con los conocimientos que tengo de dietas, así rápido, e irme a bailar de stripper a los antros de la Zona Rosa o pedir trabajo; digo, voy a pasar de la prostitución en la calle a la prostitución elegante, a mí me gustaría ser el centro de atracción (Servando).

La sociedad no está preparada; simplemente, yo no tengo por qué darle explicaciones a la sociedad. La prostitución se hizo por algo, porque hay gente sola y gente que quiere tener compañía, así le cueste, pero la tiene. La prostitución se ve en todos los ámbitos, en todos: como te conozco políticos, te conozco productores de televisión (Ariel).

Soy prostituto, mi trabajo consiste en satisfacer las necesidades yo creo sexuales y emocionales (¿no es cierto?) de las personas que nos buscan. Porque muchas veces la gente tiene una idea muy pobre de que la persona que va y busca a un sexoservidor lo va a hacer nada más porque quiere hacer porquerías (David Segundo).

La situación legal del trabajo sexual voluntario entre varones (en términos de la pertinencia de su ejercicio, los espacios permitidos, ya sea abiertos, cerrados o virtuales) es un asunto aún no esclarecido en los ámbitos académico y de la sociedad civil y en la práctica quienes lo ofrecen y quienes lo contratan se encuentran en una situación de vulnerabilidad. En los últimos años, el turismo sexual ha adquirido una mayor notoriedad en la Ciudad de México, de ahí que el Código Penal del Distrito Federal refiere en su artículo 186 los casos en que puede ser delito: cuando el viajero se involucre directamente o fomente la interacción sexual con menores de edad o personas que no estén en capacidad de entender el acto realizado; algo similar a lo que se considera delictivo en el caso de la prostitución (Gaceta Oficial del Distrito Federal, 2002).

Así, cuando la prostitución es un acto convenido entre dos adultos no debe haber sanción alguna, pero la realidad es que quienes procuran la justicia en la Ciudad de México se permiten interpretar la ley a su manera, lo que mantiene a los trabajadores sexuales en una situación de vulnerabilidad, extendida también al campo de la salud. Las enfermedades de transmisión sexual son un peligro latente para los sexoservidores que trabajan en la calle, pues aunque tengan cierta noción acerca de la protección que supone el uso adecuado del condón las constantes solicitudes de sus clientes de tener sexo sin protección a cambio de más dinero los lleva a arriesgarse con frecuencia.

CONCLUSIONES

El turismo sexual masculino voluntario entre adultos en la Zona Rosa de la Ciudad de México es un fenómeno en el que pueden identificarse al menos tres dinámicas: la del turismo, la del homoerotismo y la del trabajo sexual masculino. No es posible saber cuál de ellas actúa como propulsor de las demás; más bien las evidencias sugieren una influencia mutua y su interacción le da

a la Zona Rosa su identidad territorial actual. Por su parte, los individuos que visitan esta circunscripción de la ciudad la experimentan y apropian de maneras específicas.

El servicio sexual entre varones está lejos de ser un acto mecánico de compraventa. Los individuos implicados son seres dotados de subjetividad que viven cada encuentro sexual como un acto humano único e irrepetible. La visión tradicional del turismo sexual como simple interacción de compraventa en contextos turísticos tiene que ser analizada en toda su complejidad, considerando la individualidad de los sujetos involucrados y sus historias de vida, imbricadas como están en un tiempo y espacio determinados (en este caso, la Zona Rosa de la Ciudad de México). En términos foucaultianos, los factores circulantes en la negociación del servicio sexual masculino se erigen como elemento regulatorio de las relaciones entre los individuos.

El que los trabajadores sexuales de la Zona Rosa de la Ciudad de México mantengan prácticas sexuales con individuos del mismo sexo no significa que sus identidades necesariamente se decanten en la identidad gay. Como confirman las entrevistas, es claro que, en el caso de los sexoservidores, prácticas e identidades son dos cosas distintas; lo cual seguramente podría esperarse también en el caso de los clientes. Esta distinción es fundamental para comprender el fenómeno en toda su complejidad.

A pesar de los avances en la aceptación de la diversidad sexual en la Ciudad de México la práctica del trabajo sexual en general, y del masculino en particular, continúa sumida en la clandestinidad y la vulnerabilidad, sobre todo en lo concerniente a los derechos (incluido el de la salud) de sus protagonistas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altman, D.** (1999) "Foreword". En: Aggleton, P. (Ed.) *Men who sell sex: International perspectives on male prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Philadelphia, pp. xii-xix
- Boushaba, A.; Tawil, O.; Imane, L. & Himmich** (1999) "Marginalization and vulnerability: male sex work in Morocco". En: Aggleton, P. (Ed.) *Men who sell sex. International perspectives on male prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Philadelphia, pp. 263-273
- Datatur** (2013) "Compendio estadístico del sector turismo de México". Disponible en <http://www.datatur.beta.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>. Consultado el 10 de marzo de 2015
- Del Collado, F.** (2007) "Homofobia". Tusquets Editores, Ciudad de México
- El Universal** (2010) "Es oficial. La Ciudad de México es gay-friendly". 18 de mayo de 2010, Sección, "Destinos". Disponible en <http://www.eluniversal.com.mx/articulos/58677.html> Consultado el 16 de marzo de 2015

- Gaceta Oficial del Distrito Federal** (2002) "Código Penal para el Distrito Federal". 16 de julio de 2002. Disponible en <http://www.proyectometro.df.gob.mx/pdf/PMDF-14-F-I/CODIGO-PENAL-DEL-DF.pdf>. Consultado el 10 de marzo de 2015
- Hernández, P.** (2002) "No nacimos ni nos hicimos, sólo lo decidimos. La construcción de la identidad gay en el Grupo Unigay y su relación con el Movimiento Lésbico, Gay, Bisexual y Transgenérico de la Ciudad de México". Tesis de maestría en Antropología Social. Escuela Nacional de Antropología e Historia, México
- Hernández, P.** (2009) "La carnavalización de la Marcha del Orgullo LGBTTT de la Ciudad de México". Regiones - Suplemento de antropología 39(octubre-diciembre): 23-27. Disponible en <http://www.suplementoregiones.com/pdf/Regiones39.pdf>. Consultado el 16 de marzo de 2015
- Laguarda, R.** (2009) "Ser gay en la ciudad de México: lucha de representaciones y apropiación de una identidad, 1968-1982". Instituto Mora y CIESAS, México
- López A. & Sánchez A.** (2007) "Turismo, de la sección economía". En: Coll, A. (Coord.) Nuevo Atlas Nacional de México, Instituto de Geografía, UNAM, México, pp. 1-16
- NotieSe** (2011) "La ciudad de México es 'gay friendly', afirma el GDF". Disponible en: http://www.notiese.org/notiese.php?ctn_id=437. Consultado el 16 de marzo, de 2015
- Núñez, G.** (1999) "Sexo entre varones. Poder y resistencia en el campo sexual." PUEG-UNAM/El Colegio de Sonora/Miguel Ángel Porrúa, México
- Oppermann, M.** (1999) "Sex tourism". *Annals of Tourism Research* 26(2): 251-266
- Sánchez A. & López A.** (1997) "Gay male places of México City". En: Ingram, G.; Bouthillett, A. & Retter, Y. (Ed.) *Queers in Space: Communities/Public Places/Sites of Resistance*. Bay Press, Washington, pp. 197-212
- Sánchez A. & López A.** (2000) "Visión geográfica de los lugares gays de la Ciudad de México". *Cuicuilco* 18(7): 271-286
- Secretaría de Turismo Ciudad de México** (2012) Página oficial de la Secretaría de Turismo Ciudad de México <<http://www.mexicocity.gob.mx/>>. Consultada el 16 de marzo de 2015
- SPDnoticias.com** (2013) "Este sábado: XXXV Marcha del Orgullo Gay en la Ciudad de México". 26 de junio de 2013. <http://www.sdpnoticias.com/gay/2013/06/26/este-sabado-xxxv-marcha-del-orgullo-gay-en-la-ciudad-de-mexico>. Consultado el 10 de marzo de 2015

Recibido el 09 de febrero de 2015

Reenviado el 15 de marzo de 2015

Aceptado el 25 de marzo de 2015

Arbitrado anónimamente

CÓDIGOS ENCUBIERTOS

Prostitución de varones y turismo sexual en Tijuana, México

Nora Leticia Bringas*

Ruth Gaxiola**

El Colegio de la Frontera Norte

Tijuana, México

Resumen: El fenómeno del turismo sexual masculino en Tijuana, México es analizado desde una perspectiva espacial. Se examina la manera en que los sexoservidores usan y se apropian del espacio a través de sus interacciones con los turistas y cómo estas interacciones configuran los espacios del turismo sexual atendiendo a las variables de accesibilidad, oportunidad y restricción. La observación no participante y las entrevistas en profundidad con sexoservidores permitieron identificar las áreas de prostitución masculina en el centro de la ciudad. Los resultados preliminares muestran que los sexoservidores no son usuarios pasivos de los territorios en los que trabajan, sino que se apropian de ellos y los transforman en espacios seguros libres del estigma y la presión social en los que pueden interactuar sin temor al acoso policial.

PALABRAS CLAVE: sexoservidores, prácticas espaciotemporales, Tijuana, turismo sexual, varones.

Abstract: Covert Codes. Male Prostitution and Sex Tourism in Tijuana, México. This article tackles the phenomenon of male sex tourism in Tijuana from a spatial perspective. The authors examine the way male sex workers use and appropriate space through their interactions with male tourists, and how such interactions give shape to sex tourism spaces according to the variables of accessibility, opportunity and constraint. Instrumental to the identification of the areas of prostitution were non-participant observation and in-depth interviews with male sex workers who offer their services to male tourists. Preliminary findings show that these sex workers are not passive users of the territories in which they work, but rather they appropriate space and transform it into safe places, free from stigma and social pressure, and from police harassment.

KEY WORDS: male sex workers, socio-spatial practices, Tijuana, sex tourism spaces.

INTRODUCCIÓN

A pesar de que no es una problemática nueva, en los últimos años el turismo sexual ha acaparado la atención de organismos internacionales como la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Red de Organizaciones contra la Explotación Sexual Comercial de Niños (ECPAT, por sus siglas en inglés), sobre todo por la

* Doctora en Geografía por la Universidad de la Nueva Sorbona, París 3, Francia. Se desempeña como Investigadora del Departamento de Estudios Urbanos y del Medio Ambiente de El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, México. E-mail: nbringas@colef.mx

** Doctora en Ciencias Sociales con especialidad en Estudios Regionales por El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, México. Se desempeña como Coordinadora Administrativa en la Encuesta sobre Migración en la Frontera Norte de México (EMIF NORTE) de El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, México. E-mail: rgaxiola@colef.mx

incorporación de menores al mercado del sexoservicio. Los primeros estudios sobre el turismo sexual sugieren que esta actividad empezó a desarrollarse en los países del este y sureste asiático, donde la práctica estuvo asociada con el envío de soldados estadounidenses a la guerra de Vietnam entre 1959 y 1975. Varios autores coinciden al señalar que al finalizar el conflicto bélico y retirarse el ejército de la zona, la infraestructura abandonada encontró un nuevo uso en el turismo sexual (Cohen, 1982; Graburn, 1983; Barger, 2002).

A partir de entonces, surgieron en la literatura términos como *“turismo relacionado a la prostitución”* (Cohen, 1982: 405) y *“turismo de prostitución”* (Graburn, 1983: 438) para referirse a este fenómeno. La principal diferencia entre *“turismo de prostitución”* y *“turismo sexual”*, es que en el primero la relación entre el turista y el proveedor de servicios sexuales es puramente comercial, es decir que existe entre ellos un intercambio sexo-dinero, mientras que en el turismo sexual la relación no se limita solamente a un encuentro sexual comercial.

Reducir el turismo sexual a una mera transacción comercial nos lleva a caminos equivocados, sobre todo si se considera, por un lado, que los turistas sexuales no son los únicos que se involucran en relaciones sexuales cuando viajan, y que en general las personas que viajan lo hacen, ya sea con su pareja habitual o con una pareja ocasional, producto de un encuentro circunstancial, de mutuo acuerdo y sin que medie una relación comercial. Por otro lado, existe la idea de que sólo los turistas participan en relaciones sexuales comerciales en el destino y, por lo tanto, que es gracias al turismo que se promueve la prostitución, cuando lo cierto es que ya existe una industria del sexo en el destino que es utilizada por los residentes locales (Carter, 2000; Bauer & McKercher, 2003).

En este orden de ideas, Bauer & McKercher (2003: 5-10) proponen un marco conceptual para entender el turismo sexual a partir de tres dimensiones: a) el rol que juega el sexo en la decisión de viajar; b) la naturaleza del encuentro, y c) el papel del turismo como facilitador de ese encuentro. De esta manera, establecen que el papel más importante que juega el turismo en una relación sexual es ofrecer un ambiente liminar fuera de las normas sociales establecidas para el hogar, lo que atenúa las inhibiciones y propicia mayores oportunidades para el sexo. Así, el viaje se erige como un detonador de oportunidades para que los turistas realicen actividades que no harían en su lugar de origen o que no podrían realizar debido a las restricciones sociales de su entorno.

Históricamente, el turismo sexual se ha relacionado más con un turismo heterosexual, en el que los hombres viajaban a diferentes destinos en busca de encuentros sexuales con mujeres locales (Cohen, 1982; Graburn, 1983; Hall, 1992; Harrison, 1994), aunque no se debe soslayar que la comercialización de este servicio no excluye a quienes desean un encuentro con una persona de su mismo sexo.

Actualmente, México sobresale entre los países latinoamericanos en los que el turismo sexual se ha desarrollado, sobre todo en destinos turísticos de playa como Acapulco, Cancún y Puerto Vallarta,

así como en ciudades fronterizas como Tijuana y Ciudad Juárez (Azaola, 2006; López & Van Broeck, 2013). Estas últimas representan un nicho de oportunidad para el desarrollo de investigaciones relacionadas con el turismo fronterizo, pues por su dinámica y estrecha relación con los países vecinos, las áreas de prostitución en las ciudades fronterizas han variado a través del tiempo y el espacio de manera general (Curtis & Arreola, 1991).

Teniendo en cuenta que la prostitución y el turismo sexual masculino son fenómenos poco abordados en la literatura (Minichiello *et al.*, 2003), éstos representan un área de oportunidad para estudiar los espacios físicos donde se lleva a cabo la prostitución de varones, actividad que suele estar asociada con la pobreza, el desempleo y la marginación social. Por ello, el objetivo del presente trabajo consiste en reconocer los espacios físicos destinados a esta actividad en el casco histórico de la ciudad de Tijuana e identificar las características principales de quienes se dedican a esta actividad, así como algunas de las prácticas socioespaciales de los trabajadores sexuales entrevistados.

El turismo sexual entre varones en Tijuana se explica a partir de los procesos que han intervenido en el desarrollo de la ciudad, entre los cuales destacan la migración y el turismo internacional. Este último ha marcado fuertemente el crecimiento económico de Tijuana desde inicios del siglo pasado, y la migración ha sido determinante en su poblamiento y desarrollo.

APROXIMACIÓN METODOLÓGICA PARA ESTUDIAR LA PROSTITUCIÓN Y EL TURISMO SEXUAL MASCULINO

En la literatura sobre turismo sexual, el uso de los términos “prostitución”, “trabajo sexual” y “sexoservicio” está sujeto a las distintas —y en ocasiones antagónicas— valoraciones que los autores hacen de la venta de sexo a cambio de un pago o beneficio monetario o en especie. Aunque algunos autores prefieren emplear el último de estos términos con la intención de suprimir su contenido transgresor y peyorativo, en el entendido de que una persona adulta tiene derecho a alquilar su cuerpo como forma de vida (Altman, 1999), no se puede soslayar que con ello se esconden las verdaderas causas que llevan al individuo a practicar el sexoservicio, como son la pobreza, el hambre y la indefensión, con todos los efectos que traen la estigmatización y la marginalización. Así pues, para muchas personas el sexoservicio parece ser no la mejor sino la única opción viable de subsistencia (Khan, 1999: 197). Reconociendo esta diferencia y con fines prácticos, en este trabajo se utilizarán estos términos de manera indistinta.

El tema de la prostitución tiene muchas aristas y una carga social que hacen difícil abordarlo; más aún si se lo relaciona con el turismo y si, además, se considera que la prostitución entre varones es una práctica encubierta y no reglamentada. Estudiar este tipo de temáticas implica descifrar lo que Córdova (2010) denominó “*códigos esotéricos*”, los cuales se refieren a un sistema de gestos corporales y símbolos que utilizan los trabajadores sexuales para que los reconozcan sus clientes

potenciales, pero que son imperceptibles para quienes no están involucrados con esta actividad. Para los trabajadores sexuales proteger su identidad de género y la de sus clientes es un factor de vital importancia que evita el rechazo público y la segregación social.

Con lo anterior en mente, el trabajo de campo partió de la realización de recorridos por diferentes zonas utilizando la técnica de observación no participante, la cual facilitó la identificación de los espacios y los sujetos de estudio, es decir, los varones que participan en el trabajo sexual. Con ello se pudieron estudiar las prácticas de apropiación del espacio y los códigos encubiertos utilizados, incluyendo miradas, lenguaje corporal y señas sexuales discretas.

Una vez identificados los sujetos de estudio empezó la difícil tarea de abordarlos para realizar entrevistas en profundidad y analizar el comportamiento de los trabajadores sexuales y el significado que otorgan a sus prácticas. La técnica de selección del individuo fue por muestreo intencional por atributos, por lo que se buscó a trabajadores sexuales mayores de 18 años, cuyos servicios estuvieran orientados al turismo en los espacios seleccionados del primer cuadro de la ciudad: la plaza Santa Cecilia, el Parque Teniente Guerrero y un pequeño corredor que parte de ese lugar y se extiende a lo largo de tres cuadras hacia la avenida Revolución, principal arteria turística de la ciudad. A este espacio se le denominó “Andador de prostitución de la calle Cuarta”.

La estrategia utilizada para hacer las entrevistas se adaptó en función de los espacios. Si los espacios eran abiertos, como el Parque y el Andador, se utilizó la técnica “bola de nieve”, en la que un entrevistado conduce a otro y así sucesivamente (Taylor & Bogdan, 1987). Para las entrevistas en la plaza Santa Cecilia se contó con el apoyo de la Asociación Fondo de Asistencia para el SIDA, la cual fungió como puente de enlace con algunos meseros que trabajaban en los bares *gay-friendly* de la zona y que ofrecían sus servicios al turista sexual masculino. En total se aplicaron once entrevistas cara a cara.

Teniendo presente las propias limitaciones del tema y lo difícil de asirlo, en este trabajo se intentó hacer una aproximación, sin pretender llegar a generalizaciones sobre el fenómeno estudiado. Otros estudios han constatado que la falta de información y datos confiables son un problema común en los estudios de prostitución y turismo sexual (Aramberri, 2005).

TRAS LAS PISTAS DEL SURGIMIENTO DE LA PROSTITUCIÓN EN TIJUANA

La ciudad de Tijuana se localiza en el estado de Baja California en el extremo noroccidental de la frontera México - Estados Unidos, adyacente a la línea divisoria que separa esta ciudad del estado de California. Esta situación de vecindad ha sido determinante para el crecimiento de la ciudad, su perfil y posterior desarrollo, en gran parte ligado a la confluencia de dos flujos de visitantes: los turistas del norte y los migrantes del sur (Bringas & Woo, 1992). Estos fenómenos han estado acompañados de un sinfín de hechos y leyendas asociadas con la ilegalidad, la prostitución y el vicio (Demaris, 1970).

Por lo anterior, resulta pertinente buscar en la reseña histórica de Tijuana los sucesos relacionados con el surgimiento de la prostitución asociada con el turismo, para así tratar de entender la prostitución de varones con turistas e identificar cómo se configuraron los espacios que actualmente funcionan como plataforma para esta actividad.

El origen de la actividad turística en Tijuana, así como la vida social, cultural y económica del estado al que pertenece, estuvo influenciada por los sucesos de distinta índole que tuvieron lugar en el vecino estado de California desde principios del siglo XX, sobre todo a partir del cierre de los establecimientos de venta de alcohol, apuestas y prostitución. Estos hechos obligaron a los empresarios estadounidenses a buscar alternativas fuera de su país y dirigir su mirada hacia Tijuana, ciudad en la que encontraron un espacio de oportunidad para desarrollar las actividades censuradas en su país (Robinson, 2002).

Tijuana se promovía en la prensa de San Diego como destino abierto en el que los turistas podían disfrutar de un pintoresco pueblo mexicano al tiempo que disfrutaban de actividades “prohibidas” como los casinos, las apuestas, los juegos de azar y las casas de prostitución (Robinson, 2002: 36). En este contexto de censura por el lado del gobierno estadounidense y de permisibilidad por el lado mexicano, en 1920 entró en vigor en el vecino país la llamada Ley Volstead o Ley seca, con la cual se prohibía la producción y venta de bebidas alcohólicas, lo cual convirtió a Tijuana en el escenario apropiado para desarrollar estas actividades. Esto influyó sin duda en el desarrollo de la ciudad y reafirmó su mala imagen de “ciudad del vicio” de la frontera mexicana (Price, 1973; Robinson, 2002; Félix, 2003).

En 1920 la Junta de Temperancia, Prohibición y Moral Pública de la Iglesia Metodista de Estados Unidos llamó a esta ciudad “*la meca de las prostitutas [y] los vendedores de drogas...*” (Price, 1973: 53). Lo anterior ocasionó una fuerte presión moral para que Estados Unidos cerrara la frontera a las seis de la tarde para evitar que sus conciudadanos visitaran la ciudad. No obstante, contra lo esperado, esta medida provocó que los visitantes se quedaran a pernoctar en la ciudad, lo que originó el desarrollo de la hotelería en la región (Bringas, 1991).

Los flujos turísticos continuaban llegando a la ciudad y en 1928 el florecimiento de Tijuana como destino turístico que explota la prostitución y el vicio se vio reforzado por la construcción del Casino de Agua Caliente, que marcó toda una época en ambos lados de la frontera. Su apertura fue todo un acontecimiento que transformó a la ciudad en un centro de diversiones de renombre internacional, visitado por el jet set hollywoodense, como Charles Chaplin, Clark Gable y el conocido capo de la mafia Al Capone (Félix, 2003).

En este nuevo paisaje urbano la prostitución femenina proliferó como actividad lícita y regulada. Las prostitutas, en su mayoría estadounidenses, eran atraídas de Estados Unidos y estaban autorizadas por el gobierno local para ejercer ese oficio, además de que estaban sujetas a inspecciones médicas

(Price, 1973: 54; Robinson, 2002: 38). Se estima que en 1932 existían alrededor de 500 prostitutas trabajando tanto en el interior de los bares como en la calle (Ruiz, 2001: 133),

Pero la “época de oro” del turismo en Tijuana estaba llegando a su fin. El 5 de diciembre de 1933 se derogó la ley Volstead en Estados Unidos afectando con ello significativamente la actividad turística y económica de Tijuana. Para 1935 la prostitución se empezó a realizar sólo en el interior de los establecimientos (Murrieta & Hernández, 1991) y en 1938 el Presidente de México, el general Lázaro Cárdenas, prohibió los juegos de azar en el país por considerarlos “centros de decadencia moral” (López, 2005: 69), cerrando todos los casinos y poniendo fin a la primera época de la leyenda negra de Tijuana.

Posteriormente, con la participación de Estados Unidos en la Segunda Guerra Mundial y en la Guerra de Corea, los bares y cabarets de Tijuana nuevamente empezaron a recibir a un número importante de marinos de la recién creada base naval de San Diego, quienes buscaban comprar sexo y alcohol. Durante este período entre guerras resurge la leyenda negra en la ciudad (Félix, 2003: 158). En esta nueva época la prostitución era la característica principal de casi todos los bares e incluso había establecimientos como el Aloha y el Blue Fox que abrían las 24 horas (Ruiz, 2001: 130).

En la década de 1950 las áreas de tolerancia de las ciudades fronterizas se trasladaron hacia las afueras de las ciudades buscando generar una imagen “*libre de pecado*” (Curtis & Arreola, 1991). Así, en 1953 los establecimientos de prostitución de Tijuana fueron trasladados hacia la periferia de la ciudad en los conocidos “kilómetros 7 y 8” de la antigua carretera a Ensenada, hacia donde eran llevados, desde la línea internacional, camiones repletos de marinos de la base de San Diego (Murrieta & Hernández, 1991: 35-36).

Posteriormente, al cerrar estos establecimientos, los nuevos centros de entretenimiento sexual regresaron al centro de la ciudad y conformaron lo que actualmente se conoce como la zona norte, zona roja o de tolerancia, lugar que concentra la mayor oferta de servicios sexuales en Tijuana, a escasos 300 metros de la línea internacional. Esta zona es una de las más grandes de la frontera norte y es un referente de la vida nocturna de la ciudad y un punto estratégico para las actividades de prostitución y tráfico de drogas (Hernández, 2003:18).

A pesar del gran auge experimentado durante la primera mitad del siglo XX, a finales de los años cincuenta se observó una reducción de la actividad económica en la ciudad (Verduzco, Bringas & Valenzuela, 1995), lo que derivó en algunas iniciativas por parte del gobierno federal para contrarrestar los efectos de la crisis creando el Programa Nacional Fronterizo en 1961 y el Programa de Industrialización Fronteriza en 1965, este último basado en la industria maquiladora (Verduzco, Bringas & Valenzuela, 1995).

Ambas iniciativas trajeron consigo un aumento poblacional ocasionado por las olas migratorias que llegaron desde el interior del país, ejerciendo mayor presión y demanda por servicios y empleos (Bringas & Woo, 1992). Lo anterior provocó que algunos problemas sociales se agudizaran, como el aumento de madres solteras, un mayor número de niños y adolescentes en actividades delictivas y drogadicción. Igualmente, proliferaron los antros, cantinas y lugares de *table dance* de la mano de la prostitución (Arzate, 2005: 10-11).

Si bien la mayor parte de la historia de Tijuana se asocia al trabajo sexual femenino, existen algunas referencias sobre el turismo *queer* en México. De acuerdo con Cantú (2002) las zonas de tolerancia son espacios en los que la sexualidad de los hombres mexicanos se fija o se transforma, siendo tres los procesos que intervienen en la construcción de la homosexualidad en México: la tensión entre las identidades de género-sexo tradicionales y las nuevas, la difusión masiva de la cultura norteamericana entre los jóvenes, y los lazos existentes entre la población latina, principalmente de la región suroeste de Estados Unidos. Esta última población representa el principal componente de las corrientes turísticas que llegan a la ciudad (Bringas, 1991; 2004).

En aras de mejorar la imagen urbana de la ciudad, la década de 1980 marcó una significativa transformación del equipamiento y la infraestructura de Tijuana, siendo quizá la construcción de la canalización del Río Tijuana la obra más importante, acompañada de un desarrollo comercial y financiero que atrajo grandes inversiones en sitios como el Centro comercial Plaza Río y el Centro Cultural y Turístico de Tijuana (Cecut), edificaciones que abonaron positivamente en mejorar la imagen urbana de la ciudad. Esta transformación coincidió con una fuerte devaluación del peso frente al dólar y una aguda crisis económica, lo que atrajo una fuerte ola migratoria desde distintas partes del país hacia esta región fronteriza, en busca de mejores oportunidades de vida (Verduzco, Bringas & Valenzuela, 1995).

Los flujos migratorios del interior del país continuaban llegando y la ciudad experimentaba un creciente proceso de urbanización. Este proceso, aunado al establecimiento de la zona de tolerancia en Tijuana, propició el surgimiento de los bares *gay* en el primer cuadro de la ciudad, con lo cual se atrajo al mercado *gay* del sur de Estados Unidos y posicionó a las ciudades de la frontera norte de México entre los principales destinos para el turismo sexual masculino (Cantú 2002: 144; Curtis & Arreola, 1991: 340).

El bar Los Equipales, en la calle séptima, fue uno de los primeros establecimientos *gay* reconocidos abiertamente en la ciudad. Otro bar importante en la historia y conformación del turismo sexual masculino de Tijuana es el Club Éxtasis, recientemente rebautizado como Club Fusión, uno de los espacios de socialización más importantes que aún se encuentra funcionando y que permite el encuentro de la población local con los turistas anglosajones y mexicoamericanos que vienen del otro lado de la frontera.

En años más recientes, la comunidad *gay*, lésbica, bisexual y transexual de Tijuana ha llevado a cabo actividades que le han dado visibilidad a su lucha por defender los derechos de la diversidad sexual. Tal es el caso de la Marcha del Orgullo Gay, la cual se celebra desde 1995 en esta ciudad y gradualmente ha ido ganando importancia e incrementado sus participantes. A la par de esto, se ha ido incrementando también el número de establecimientos *gay-friendly* en la ciudad, sobresaliendo bares como el DF, El Ranchero, el Hawaii, el D'Luna Café, el Villa García, el Mike's, El Clóset Bar, el Taurino y El Colibrí, entre otros.

Por último, se puede decir que la prostitución en Tijuana no sólo es vista como una actividad económica consolidada sino que, además, el gobierno la ha legitimado invirtiendo entre 2000 y 2004, en obras de remodelación, equipamiento y embellecimiento en la zona norte o zona de tolerancia, con el propósito de mejorar la imagen urbana y reactivar el turismo (Bringas, 2004).

A pesar de lo anterior, son escasos los establecimientos que ofrecen condiciones para ejercer el trabajo sexual masculino, con excepción de algunas casas de masajes y algunos bares que cuentan con "privados", cuartos pequeños en los que puede realizarse el contacto sexual (Información obtenida en trabajo de campo, varios entrevistados).

LOS ESPACIOS DE PROSTITUCIÓN MASCULINA EN TIJUANA

La distribución espacial de la oferta de servicios sexuales responde a las ventajas de la ubicación de la zona turística y se relaciona con la industria del entretenimiento, lo que hace posible relacionar la prostitución con el turismo. En este sentido, la prostitución constituye una actividad urbana relacionada con otras funciones económicas y sociales de una ciudad (Ashworth, White & Winchester, 1988; Carter, 2000). En Tijuana los espacios en los que se desarrolla la prostitución masculina coinciden con los espacios turísticos y por consiguiente se ubican en zonas muy visitadas, principalmente en el primer cuadro de la ciudad, en espacios abiertos como la calle, la plaza, el parque, aunque también existen espacios fuera de la zona turística que por lo mismo son menos frecuentados.

El primer cuadro de la ciudad atrae a los sexoservidores y a la clientela masculina por diversos factores: a) por su cercanía a la zona de prostitución femenina; b) por la proximidad con la línea internacional, lo que facilita el acceso de los turistas internacionales, ya sea caminando o en taxi; y c) por la existencia de establecimientos comerciales o de servicios de apoyo al turismo, como son los hoteles y bares alledaños.

Además de los espacios abiertos o públicos, los servicios sexuales se ofertan en espacios privados, como los bares dirigidos a un público homosexual o *gay-friendly*. Estos sitios de socialización ofrecen varios servicios de entretenimiento y son frecuentados tanto por locales como

por visitantes extranjeros. Sin embargo, los bares son sólo espacios de encuentro, pues el contacto sexual se realiza en otros sitios.

En un primer recorrido de campo realizado en los meses de enero a febrero de 2008 se identificaron alrededor de 13 bares *gay-friendly*. Actualmente existen 21 bares de este tipo, ubicados en su mayoría en la zona centro. Esta concentración espacial de establecimientos y de sitios de prostitución masculina en el primer cuadro de la ciudad reduce la movilidad de los turistas internacionales, quienes no requieren desplazarse grandes distancias o utilizar algún medio de transporte para acceder a los sitios donde se ofertan los servicios sexuales. A estos sitios, muy próximos al cruce fronterizo, se puede llegar a pie o en taxi.

Entre los demás espacios de encuentro entre hombres están aquellos que encubren la prostitución masculina (como las casas de masaje, aunque también masajistas independientes ofertan estos servicios a domicilio) y los identificados como de “ligue” entre la población *gay*, como la sección de libros y revistas de la tienda departamental Sanborn’s en la zona Centro (Angelfire.com, 2009). También el Cinema Latino, una antigua sala de cine en la misma zona que en sus últimos años proyecta películas pornográficas sirve de espacio para encuentros sexuales entre hombres (Angelfire.com, 2009; Clandestinogay.com, 2010; Cruisinggays.com, 2010; Myspace.com, 2010; Antrosgay.com, 2010; Yelp.com, 2010).

Los baños sauna también propician la interacción masculina y de éstos existe una gran oferta en distintas zonas de la ciudad. Por su popularidad destacan La Toalla y Baños Vica. Los sanitarios públicos de algunos centros comerciales y de la Unidad deportiva del CREA también son identificados como sitios de ligue. Existen además otros espacios urbanos que se han convertido en sitios de socialización para hombre *gay*, como el malecón de Playas de Tijuana, algunos cibercafés y el centro comercial Plaza Río Tijuana (Angelfire.com, 2009).

A través de anuncios clasificados en periódicos locales, en sitios de Internet o en guías *gay* se publicitan actividades que también favorecen los encuentros sexuales entre hombres. Las agencias de acompañantes o *escorts* ofertan servicios de tours orientados a un público estadounidense bisexual o *gay*. Como parte de estos servicios, los *escorts* cruzan la frontera y traen a los turistas a Tijuana, donde los acompañan a los sitios de entretenimiento nocturno y de encuentros para adultos (Meetbigmen.com, 2011).

Cabe mencionar que en la zona Norte de la ciudad existen otros espacios cercanos al área turística, en donde se oferta el sexoservicio por parte de hombres travestis y personas transgénero, quienes por su apariencia física de mujer y porque se asumen como tales para realizar su trabajo, presentan una dinámica similar a la prostitución femenina, por lo que estos lugares no forman parte de los sitios de prostitución masculina.

LOS PRINCIPALES ESPACIOS ABIERTOS DE PROSTITUCIÓN MASCULINA EN LA CIUDAD

Ashworth, White & Winchester (1988: 208-210) fueron de los primeros en reconocer una falta de atención sobre los aspectos espaciales de la prostitución, por lo que propusieron un modelo en el que se podía localizar y determinar el tipo de prostitución existente en la ciudad considerando tres categorías: a) accesibilidad, que corresponde a un nivel macro y engloba la ubicación de la oferta, los espacios de interacción, y su afinidad con otros servicios comerciales; b) oportunidad, a una escala micro, e incluye los sitios en los que se lleva a cabo la transacción de forma segura; y c) restricción, que tiene su mecanismo de control a través de la policía y de la sociedad. Con base en lo anterior, más adelante se determinarán los espacios de la prostitución y las prácticas de los sexoservidores asociadas con los mismos.

En este trabajo la atención se centra en la prostitución de varones en espacios abiertos, como la Plaza Santa Cecilia, el parque Teniente Guerrero y el andador de prostitución masculina de la calle Cuarta (Salvador Díaz Mirón) del centro de la ciudad.

La plaza Santa Cecilia

Este sitio es el que más claramente atrae la atención de la población local y los visitantes, sobre todo por su ubicación y su fácil acceso desde la garita internacional de San Ysidro, además de estar ubicado en la zona de mayor concentración de servicios, infraestructura y equipamiento turístico.

Esta plaza —antes Callejón Argüello— está contigua a la zona Norte y es un corredor peatonal de comercios que cruza en diagonal una manzana completa; es el puente que conecta el andador turístico con la Zona Norte y la Avenida Revolución. En ambos lados del corredor existen locales comerciales y de servicios, como restaurantes, hoteles, farmacias y bares, y se instalaron pequeños kioscos para la venta de artesanías. Esta plaza fue inaugurada el 22 de noviembre de 1980 con la finalidad de contar con un sitio turístico que ofreciera una mejor imagen de la ciudad para atraer a los visitantes. Posteriormente, entre los años 2002 y 2003 la plaza fue remozada (El Mexicano, 2010).

La plaza debe su nombre a “Santa Cecilia”, patrona de los músicos, y desde su fundación ha sido identificada como lugar de reunión de mariachis y otros grupos musicales. La actividad musical —sobre todo los fines de semana— continúa siendo una de las atracciones más importantes de este espacio abierto que durante el día es un sitio comercial muy concurrido por familias locales y por las noches, cuando los comercios cierran, ve aparecer trabajadores sexuales que caminan a lo largo del corredor peatonal, muchos de los cuales se colocan afuera de los bares viendo de reojo a los hombres que entran a ellos y esperando la oportunidad de ofrecer sus servicios.

A la plaza acuden tanto turistas como población local, no necesariamente para buscar un “ligue” con otros hombres sino simplemente para divertirse en un lugar sin ser juzgados por sus preferencias

sexuales. Este sitio es lo más cercano a lo que podría considerarse un distrito *gay*; un espacio que ha construido su propia identidad y a partir de ella atrae visitantes que no se sienten excluidos socialmente. A nadie asombra ver a hombres solos o acompañados paseando por esta zona. Los turistas jóvenes y los ya no tanto, saben que aquí pueden encontrar quien cumpla sus fantasías sexuales.

En el interior de los bares de la plaza algunos meseros ofrecen servicios sexuales para obtener mayores ingresos. Según el testimonio de algunos de ellos, si concretan un encuentro sexual durante las horas de trabajo necesitan pagar su “derecho de salida” al encargado del bar, es decir, una cuota de entre 20 y 25 dólares para poder abandonar temporalmente su trabajo.

Cuando empecé a trabajar aquí en el Hawaii —una muchacha me trajo a conocer aquí— un cliente me habló y me ofreció dinero, yo le pregunté qué cuánto y me dijo tanto, así me fui con él [...] La mayoría [de los turistas] son señores de 40 a 50 años, unos tienen empresas, negocios, puestos de comida, así varias cosas (Ariel, sexoservidor y mesero, 27 años de edad).

A diferencia de la prostitución femenina, los sexoservidores no ocupan un lugar fijo de trabajo, están en constante movilidad para evitar el control de la policía y al mismo tiempo conservar su anonimato y el de sus clientes, ya que solicitar o proporcionar servicios homosexuales es una actividad doblemente estigmatizada.

El parque Teniente Guerrero

En este espacio, orientado a una clientela predominantemente local, la prostitución masculina se desarrolla las 24 horas del día todos los días de la semana. La dinámica de trabajo presenta diferencias en función del horario, ya sea diurno o nocturno.

En 1924, gracias a la Junta Femenina Pro-Patria de Tijuana, el parque fue construido paradójicamente para contrarrestar la imagen negativa de la ciudad (López, 2005: 40-48). Es uno de los parques más antiguos y céntricos de Tijuana, de múltiples usos y con equipamiento variado que incluye una biblioteca pública municipal, áreas de juegos infantiles, bancas, andadores y áreas verdes. Está enfrente de una iglesia y los fines de semana es un espacio recreativo muy concurrido por las familias tijuanaenses.

Pero el parque también es un lugar donde algunos varones ofrecen servicios sexuales, aunque la actividad no es visible para muchos y coexiste con las otras actividades. Aquí los sexoservidores atraen a sus clientes utilizando el lenguaje de su cuerpo, las señales son decodificadas por quienes los buscan, pero también por algunos agresores homofóbicos y sobre todo por la policía que arremete contra ellos y los extorsiona para permitirles continuar trabajando. Esta multifuncionalidad del parque es lo que Córdova (2010) denomina “universos paralelos”, que no se tocan ni entran en conflicto.

Durante el día los trabajadores sexuales se mimetizan con el resto de los jóvenes que visitan el parque y visten de forma discreta: pantalones de mezclilla y camiseta. A simple vista se ven como jóvenes solitarios sentados en las bancas del parque, observando a las personas que pasan caminando. Para detectarlos se debe estar atento a las miradas y señas que realizan. Si los hombres pasan frente a ellos o se acercan, utilizan cualquier pretexto para entablar una conversación y a través del lenguaje corporal llaman la atención de aquellos que los entienden (Valentine, 1996; Córdova, 2010).

Cuando cae la noche la dinámica cambia: el número de visitas disminuye después de las ocho, cuando los jóvenes dejan las bancas del parque y empiezan a caminar de una esquina a otra y sólo se detienen por un breve tiempo. En sus testimonios indican que si no consiguen algún cliente optan por desplazarse hacia otros espacios de prostitución cercanos, como el andador de la calle cuarta o la plaza Santa Cecilia. Esta estrategia además evita que los policías los reconozcan, y con ello la extorsión y el arresto. En los recorridos de observación se detectó con frecuencia al mismo trabajador sexual en distintos espacios de prostitución en una misma noche.

Como en las cercanías no existen servicios de hospedaje donde realizar la transacción entre cliente y sexoservidor, es común que se elijan otros espacios como las casas de los clientes, los hoteles ubicados en las afueras de la ciudad y, en algunos casos, en el propio automóvil de los usuarios del servicio.

El andador de prostitución de la Calle Cuarta

Este espacio surge a partir de las obras de mejoramiento realizadas en el parque Teniente Guerrero en 2005, que incluyeron una mejor iluminación, la instalación de una caseta de vigilancia y la extracción de grandes árboles, lo que propició un nuevo control de seguridad y obligó a que los sexoservidores se apropiaran de otros espacios para continuar con su trabajo.

El andador de prostitución se encuentra en la zona comercial más antigua del centro. Abarca aproximadamente cinco cuadras a lo largo de la calle Cuarta, iniciando desde la Avenida Cinco de Mayo, donde se ubica el parque, hasta conectarse con la Avenida Revolución, principal arteria turística de la ciudad. A diferencia del parque, el sexoservicio se oferta exclusivamente en horario nocturno cuando el comercio cierra sus puertas y aparecen los trabajadores sexuales alrededor de las nueve de la noche. La demanda de sus servicios es predominantemente local, aunque también acuden algunos turistas.

Aquí los servicios sexuales también se ofertan de manera encubierta dada la presión de la policía y el pago de una cuota que exige para dejarlos trabajar sin molestarlos. Algunos policías, más que brindar seguridad, fungen como proxenetes de los jóvenes trabajadores y a veces utilizan a los sexoservidores menores de edad como carnada para extorsionar a los clientes potenciales.

La mayoría de los sexoservidores concurre en la manzana formada por las calles Cuarta, Niños Héroes, Quinta y Miguel F. Martínez, donde algunos de ellos inician su jornada de trabajo, a diferencia de otros que la inician en el Parque y después se desplazan hacia el andador. Al caer la noche sólo algunos establecimientos permanecen abiertos, entre ellos un cibercafé, frecuentado por los sexoservidores y reconocido como espacio de ligue entre hombres, en donde es posible mantener encuentros sexuales (El Mexicano, 2010).

Como se evidenció en líneas anteriores, quienes participan en la prostitución masculina se apropian de los espacios de forma diferenciada. En ese sentido, los sitios públicos pueden ser ocupados en el transcurso del mismo día por diversos grupos sociales, quienes a través de sus prácticas confieren significados distintos a esos espacios en función del momento o tiempo en que son utilizados (McDowell, 2000: 247-248).

LOS SEXOSERVIDORES MASCULINOS DE TIJUANA: PERFIL BÁSICO

La identidad de los trabajadores sexuales se construye no sólo a partir de sus características sexuales, también los aspectos socio-demográficos como la edad, el estado civil, el nivel de estudios y el origen étnico juegan un papel importante en su conformación, lo que hace que se detecten diferencias en lo concerniente al trabajo sexual (Browne & Minichiello, 1996). Ocho de los once entrevistados mencionaron ser solteros y, con excepción de uno de ellos, todos tienen entre 20 y 30 años de edad, lo que coincide con otros estudios que han encontrado que los trabajadores sexuales son siempre jóvenes menores de 30 años y en algunos casos llegan a tener menos de 18 años (Azaola, 2006; Browne & Minichiello, 1996; Katsulis, 2008; Leary & Minichiello, 2007; Minichiello et al., 2003).

Siete de los sexoservidores entrevistados provienen del interior del país y tienen más de cuatro años viviendo en la ciudad, y los cuatro restantes son originarios de Tijuana. Tres de ellos habían sido deportados recientemente de Estados Unidos por conducta delictiva. El nivel promedio de escolaridad es bajo e incluso uno de ellos no recibió ningún tipo de educación, mientras que otro tiene estudios universitarios en Estados Unidos. Los bajos niveles de escolaridad generalmente se asocian con condiciones de pobreza y marginalidad (Bazdresch, 1999).

La misma situación de pobreza hace que muchos de estos jóvenes —especialmente aquellos recién llegados a la ciudad— vean en esta ocupación como una manera de sobrevivir, ya sea para aportar a la economía familiar o, en el caso de quienes han sido deportados de Estados Unidos, para mantenerse mientras esperan la ocasión propicia para regresar nuevamente al vecino país.

Muchos de estos jóvenes también utilizan lo que ganan para adquirir y consumir drogas. El uso de drogas y alcohol es una práctica común entre los sexoservidores (Morse *et al.*, 1992), situación que se pudo confirmar en este estudio al identificar que diez de los once entrevistados consumen algún

tipo de droga. Esta adicción los convierte en una población en riesgo ante infecciones de transmisión sexual (ITS). Algunos de estos jóvenes admitieron que aceptan tener un encuentro sexual sin protección a cambio de un mayor pago:

[...] la gente que te pide eso [no usar el condón] son los gringos [...] y te dan más dinero. Eso es para ganar más en un sólo trabajo (José, sexoservidor, 20 años de edad).

Otros de los sexoservidores manifestaron que consumen drogas durante su jornada laboral para no pensar en el conflicto moral que les provoca el hecho de tener relaciones homosexuales:

Haz de cuenta que cuando no ando drogado se me vienen los cargos de conciencia y es algo que no soportamos, que somos cobardes y ahí vamos al Parque a prostituirmos pa' sacar una feria pa' drogarnos... (Ernesto, sexoservidor, 22 años de edad).

Los ingresos provenientes de esta actividad varían considerablemente en función de los espacios en los que trabajan los entrevistados. Por ejemplo, en el Parque y el andador de la calle Cuarta algunos cobran una tarifa base de 20 dólares o 250 pesos por encuentro sexual, o en algunos casos intercambian sexo por una dosis de droga. En la Plaza Santa Cecilia las tarifas son más altas, entre 40 y 200 dólares, y en el interior de los bares son superiores, entre 50 y 200 dólares. En el caso de los meseros el cliente debe pagar 20 dólares más al administrador del bar por derecho de salida.

Al parecer, lo anterior está relacionado no sólo con el tipo de espacio, sino también con la antigüedad en el trabajo y la edad, pues la juventud y la apariencia física intervienen favorablemente para atraer clientes (Browne & Minichiello, 1996). Ante esta situación, los sexoservidores se refugian en las drogas e incluso buscan “*tekatos*”, es decir, ofrecen servicios sexuales a cambio de una dosis. Esta situación forma un círculo vicioso en el que el sexoservidor, al ganar edad y perder apariencia física, va aumentando su consumo de estupefacientes, lo cual acelera la velocidad en la que la persona pierde no sólo su aspecto sino su salud.

Están mal vestidos, la droga los va dejando así, y ya nadie los recoge, yo lo conocí a éste hace mucho tiempo, unos seis meses, andaba bien, en chinga, también levantando... esto no deja nada bueno en el aspecto que si estás en la droga te hundes más, diario tienes dinero, te drogas diario y en un lapso de dos meses, ya estás perdido (Gustavo, sexoservidor, 23 años de edad).

Por los relatos extraídos de estos jóvenes, la carrera del sexoservidor es corta, pues el trabajo nocturno, el consumo de drogas y alcohol hace que su salud se vaya deteriorando al grado que varios de ellos trabajan por temporadas, alternando periodos de descanso para desintoxicarse y poder regresar nuevamente a trabajar.

UNA APROXIMACIÓN AL PERFIL DEL TURISMO SEXUAL

De acuerdo con Hughes (2002: 299-300) los factores que influyen en el desarrollo del turismo sexual masculino se agrupan en dos tipos: a) factores de extracción, generados en el lugar de origen del turista (la censura social, la discriminación, la criminalización, el deseo de relacionarse y ser sexualmente activos con otros hombres y el anonimato) y b) factores de atracción, estos propios del destino turístico (la existencia de bares, centros nocturnos y otro tipo de atractivos concentrados en una determinada zona, la tolerancia por parte de las autoridades y de la misma población local, la seguridad del sitio, entre otros).

El turismo sexual en general, y más el de varones, está rodeado de estigmas y tabús que dificultan su comprensión y análisis. Dado que no fue posible obtener entrevistas de este tipo de visitantes se optó por aproximarse al tema a través de la información brindada por los sexoservidores.

En general se observó que el sitio más frecuentado por los turistas sexuales es la plaza Santa Cecilia, mientras que en el parque Teniente Guerrero y el andador de la Calle Cuarta los clientes son mayoritariamente locales.

Es que los americanos o pochos, o no sé cómo se les pueda decir, que vienen para acá, la mayoría vienen para la plaza, porque antes en el parque, hace como tres años, había mucho zacate grande, y ahí pues atracábamos mucho a esas personas que nos pagaban por el servicio, porque nada más nos utilizan la verdad, y ahí pues los atracábamos [...] pero fueron quitando la maleza y pues ya no fueron los gabachos ahí, porque pos les hacían daño, los robaban y ya tenían miedo; y ya nomás en la plaza Santa Cecilia es donde llegan los americanos, se hospedan en los hoteles de ahí de alrededor, el Alaska, el San Nicolás, ahí y cada fin de semana vienen (José, sexoservidor, 22 años de edad).

De acuerdo con los testimonios de los entrevistados los clientes extranjeros son generalmente hombres mayores de 30 años, con cierta solvencia económica, muchos de ellos empresarios provenientes del estado de California, aunque también llegan turistas de Nueva York y Las Vegas y de otras partes de los Estados Unidos. Por su parte, los clientes nacionales proceden principalmente de los estados de Chihuahua, Durango, Guanajuato, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas y el Distrito Federal.

Gran parte de los turistas que buscan a los sexoservidores son de origen anglosajón, asiático e "hispano", residente en Estados Unidos. Casi todos son hombres casados, divorciados o en unión libre que no se atreven a manifestar abiertamente su preferencia sexual en espacios heterosexuales, por lo que recurren al sexoservicio para cumplir sus fantasías, preferentemente en lugares privados (saunas, clubes, bares, antros, casas de masaje). El anonimato y la clandestinidad son muy

importantes para ellos, de manera que su masculinidad no se ponga en entredicho y que sus familias no se enteren de sus preferencias sexuales.

La mayoría (de los turistas sexuales) son casados, tienen familia. Su familia no sabe que son gay, no saben que vienen aquí los fines de semana y pagan porque les completen su fantasía de que les gusta estar con un hombre [...] Pero sí, la mayoría son casados, son divorciados, tienen hijos y vienen aquí (Rubén, sexoservidor, 25 años de edad).

Se pueden distinguir dos grupos de clientes varones: los de apariencia heterosexual o “tapados”, y aquellos abiertamente homosexuales. Los “tapados” frecuentan el parque y el andador de la Calle Cuarta, donde difícilmente pueden ser reconocidos y corren menos riesgo de ser vistos, mientras que los abiertamente homosexuales visitan los bares ubicados en la plaza Santa Cecilia.

En cambio, en la plaza Santa Cecilia es más común encontrar turistas y locales que se identifican como homosexuales. El simple hecho de viajar a un lugar distinto tiene un efecto liberador, porque el turista escapa de las normas morales impuestas (Bauer & McKercher, 2003), y en Tijuana disfrutan del anonimato que les permite tener encuentros homosexuales que quizá no tendrían en sus lugares de origen. El ámbito de vida transfronteriza facilita las visitas frecuentes de los turistas estadounidenses, lo que hace posible establecer relaciones más duraderas con los trabajadores sexuales con los cuales media un intercambio comercial, pero también afectivo.

Hay turistas que rentan un departamento o casa en la ciudad y regresan a ella cada siete o 15 días, lo cual les permite construir relaciones más duraderas con los sexoservidores, a quienes suelen enviar dinero con cierta frecuencia y hasta ofrecerles su casa o departamento para vivir a cambio de compañía. Algunos turistas llegan además a invitarlos a realizar viajes al interior del país (Pablo, sexoservidor, 34 años de edad).

PRÁCTICAS ESPACIOTEMPORALES DE LA PROSTITUCIÓN MASCULINA

La práctica turística, en tanto práctica social, se concibe asociada al espacio, a la vez que lo transforma y lo produce (Lefebvre, 1991). Por ello no puede disociarse del contexto social en el que se lleva a cabo y que define sus propias características. Diversos autores (Oppermann, 1999; Puar, 2002; Cantú, 2002; Hubbard & Sanders, 2003; Binnie, 2004) han replanteado las relaciones entre el fenómeno de la prostitución y el espacio.

Tomando como referencia a Léobon (2006) la apropiación de un espacio ocurre cuando se lo percibe como portador de una identidad y de una interacción. En este sentido, la dicotomía de lo público y lo privado adopta un significado especial en las distintas maneras en que los sexoservidores se apropian del espacio en el que interactúan creando un sentido de pertenencia y fortaleciendo su identidad mediante una serie de códigos corporales y visuales.

A través de sus percepciones, sus miradas y técnicas corporales, los trabajadores sexuales construyen su espacio, marcando límites simbólicos y materiales, buscando su desciframiento por otros usuarios. Las personas perciben las prácticas de ubicación de los demás al mismo tiempo que orientan sus propias prácticas sobre lo que ellos han percibido (Löw, 2006).

Las prácticas socioespaciales del turismo sexual masculino pueden comprenderse, en parte, a través de los escenarios de comportamiento; es decir, a partir de los espacios y tiempos en los que se dan los encuentros entre personas y su negociación (Goffman citado por Lindón, 2006: 373). Las prácticas en estos escenarios se diferencian en función del tipo de lugar, por lo que no debe extrañar encontrar comportamientos distintos en espacios distintos (por ejemplo, un espacio público en comparación a uno cerrado) (Lindón, 2006: 373-374).

En la actividad sexual comercial masculina, ciertos códigos, señas y movimientos son importantes para atraer a un posible cliente, como son la forma de vestir, el intercambio de miradas y el uso de ciertos gestos. Estas prácticas disfrazan la actividad ante los ojos de los demás (Córdova, 2010).

Prácticas de prostitución realizadas a la luz del día

El parque es el único sitio en el que los sexoservidores desarrollan prácticas diurnas, caminando o permaneciendo sentados en las bancas de los pasillos exteriores en espera de que algún cliente potencial pase o se les acerque. Desde su lugar recorren el parque con la vista, abren y cierran las piernas repetidamente, como si estuvieran ansiosos o nerviosos, se tocan o frotan los genitales de manera discreta, intercambian miradas con los hombres que se acercan, les sonríen e inician la conversación con el posible cliente. Este último, al llegar al parque recorre el pasillo, prestando especial atención a los jóvenes de las bancas, intercambiando señales con alguno que sea de su agrado para después sentarse junto a él e iniciar una conversación, que puede ir desde preguntas un tanto triviales, hasta proposiciones directas de índole sexual.

Prácticas de prostitución realizadas a la luz de la luna

Como ya fue mencionado con anterioridad, existen diferencias significativas entre las prácticas y sus escenarios de comportamiento, realizadas “fuera” o “dentro” de un establecimiento (Lindón, 2006). En este caso, las prácticas se agrupan en dos tipos: las llevadas a cabo en espacios abiertos como el parque, el andador de la calle Cuarta y de la plaza Santa Cecilia, y en espacios cerrados en el interior de los bares *gay-friendly* ubicados en la misma plaza.

En los espacios abiertos, como el Parque y el Andador de la calle Cuarta, las dinámicas nocturnas son más activas, en parte para evitar problemas con la policía, pero sin dejar de prestar atención a los transeúntes que pasan y estando vigilantes por si algún automóvil se detiene.

Generalmente los clientes potenciales que llegan en su vehículo dan varias vueltas antes de detenerse y bajar el cristal, señal que esperan los trabajadores sexuales para iniciar el contacto, respondiendo con algún movimiento de cabeza o de la mano.

En la Plaza los jóvenes permanecen de pie afuera de los bares o recargados sobre los kioscos (que durante el día se ocupan para la venta de artesanías o suvenires), en donde puedan ver a los clientes y también ser fácilmente vistos por éstos al salir de los bares. El intercambio de miradas y el coqueteo entre el cliente y el trabajador sexual son prácticas comunes para iniciar el acercamiento en estos espacios.

En cambio, en los espacios cerrados como los bares, los clientes potenciales tienen la oportunidad de elegir de entre los visitantes y los meseros a algún joven que sea de su agrado. Aquí también las miradas y el coqueteo juegan un papel importante. Algunas señales para llamar la atención del cliente son pasar por su lado o dirigirse hacia los sanitarios esperando que el otro lo siga. Los clientes llegan al bar buscando alguien que les agrade, si es un mesero lo mandan llamar para que atienda su mesa y poder iniciar una conversación con él. Si el elegido es un cliente del bar mandan a un mesero para ofrecerle algún trago y si acepta lo invitan a sentarse en su mesa.

Estos espacios cerrados *gay-friendly* proporcionan el entorno adecuado para actuar con un poco más de libertad. En estos sitios puede darse algún contacto corporal, que puede ir desde pequeños roces de las manos, pasar la mano ‘accidentalmente’ por la pierna, el brazo o la espalda, algunos abiertamente llegan al beso y las caricias. Como bien lo remarca Lindón (2006) las prácticas varían de acuerdo con el tipo de espacios.

Estas diferencias se deben también a que algunos de los clientes son *gay*, de manera que las muestras de afecto no les causan ningún conflicto, siempre y cuando el sexoservidor acepte incurrir en ellas. Pero aquí, al igual que en el caso anterior, son los clientes quienes toman la iniciativa y los abordan de manera directa.

Algunos trabajadores sexuales mencionan que muchos clientes no quieren que los vean salir juntos, por lo que primero llegan a un acuerdo sobre los términos en que se realizará el contacto sexual, como la tarifa o las prácticas sexuales que se incluyen y el lugar, para posteriormente encontrarse en algún otro sitio desde donde se van juntos. Sin embargo, debido a la limitación que se tuvo para entrevistar a turistas sexuales, no fue posible abundar en la forma en que ellos se resisten a estas presiones y mucho menos diferenciarlas por tipo de cliente.

Con la información obtenida durante el trabajo de campo se constató que por cuestiones de seguridad son pocos los turistas que se desplazan hasta el Parque o el Andador en busca de servicios sexuales, y que en estos sitios los clientes pertenecen principalmente a la población local.

Los turistas sexuales prefieren visitar los bares de la plaza Santa Cecilia, porque es un espacio más seguro, accesible y cercano a la línea fronteriza.

COMENTARIOS FINALES

Para entender la relación entre el turismo sexual y la prostitución masculina en Tijuana es necesario ubicarla en el contexto mismo del surgimiento de la ciudad y su posterior desarrollo urbano y económico, ligado a sucesos que tuvieron lugar en “el otro lado” de la frontera y que influyeron fuertemente en su desarrollo. Estos acontecimientos estuvieron asociados con actividades clandestinas o consideradas *non sanctas*, lo que contribuyó a generar la leyenda negra de Tijuana, y aunque la dinámica de la ciudad ha cambiado y se ha convertido en un importante centro financiero, industrial y turístico, todavía continúa cargando sobre sus espaldas este estigma. Quizá, como sugieren Ashworth, White & Winchester (1998: 208), una vez establecida una reputación es difícil cambiarla e incluso se convierte en un activo valioso para el comercio.

En este sentido las ciudades fronterizas ofrecen a turistas varones heterosexuales (casados y con hijos) la posibilidad de explorar prácticas sexuales con personas de su mismo sexo, prácticas que quizá sean censuradas en el lugar donde viven y por lo mismo no puedan asumirlas libremente. Un comportamiento sexual distinto se puede explicar por la propia naturaleza liminar del turismo, como ya ha sido demostrado por otros autores (Hughes, 2002; Ryan & Hall, 2001; Bauer & McKercher, 2003).

En este estudio se pudo observar que el turismo sexual masculino en Tijuana presenta dinámicas diferenciadas de uso y apropiación del espacio por parte de los sexoservidores y sus clientes, dependiendo de si los espacios son abiertos y cerrados o si la actividad se realiza durante el día o la noche. Estos espacios son un activo importante para los sexoservidores, usuarios no pasivos del territorio en el que trabajan y que lo van adaptando y apropiando para convertirlo en lugares de identidad y pertenencia en los que pueden llegar a sentirse seguros.

La noción hegemónica de lo masculino, tanto en los espacios públicos como en la sexualidad, así como el rechazo a todo lo que contravenga la norma, confina a la homosexualidad a lo privado y a lo clandestino. De esta manera, un espacio privado o cerrado como un bar *gay*, por su carácter anónimo, propicia la libre expresión de la sexualidad, mientras que los espacios públicos o abiertos, como el parque, la plaza o la calle, son reconfigurados por la prostitución masculina para asegurar el anonimato y evitar la exposición de la orientación sexual.

La aceptación o construcción de la identidad sexual depende muchas veces del hecho de ser turista, pues durante el viaje, lejos del hogar, se relajan las normas sociales y el anonimato permite que el individuo actúe más libremente, escape de los roles sociales que le son asignados y pueda ejercer su sexualidad con mayor libertad.

En suma, los testimonios brindados por los jóvenes sexoservidores muestran que tanto el turismo sexual como la prostitución masculina se encuentran atrapados entre los convencionalismos dominantes de género y lo que considera la norma debe ser un comportamiento sexual apropiado. De este conflicto se derivan las prácticas espaciotemporales con las que los sexoservidores y los turistas reconstruyen su identidad y se apropian del espacio.

En este tenor, la apropiación del espacio urbano por los actores de la práctica sexual masculina deja abiertas varias vías para continuar avanzando en la comprensión de este controversial y complejo tema, que demanda nuevas vías para abordarlo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altman, D.** (1999) "Foreword". En: Aggleton, P. (Ed.) *Men who sell sex: International perspectives on male prostitution and HIV/AIDS*, Temple University Press, Filadelfia, pp. xiii-xix
- Angelfire.com** (2009) www.angelfire.com/pop/guiagay/tijuanagay.html. Acceso el 26/01/2009
- Antrosgay.com** (2010) www.antrosgay.com/index.html. Acceso el 25/02/2010
- Aramberri, J.** (2005) "Nuevas andanzas del rostro pálido. Dimensiones del turismo sexual". *Política y Sociedad* 42(1): 101-116
- Arzate, C.** (2005) "Ciudad Juárez antes y después de la maquiladora. Una visión antropológica". Ponencia presentada en XVIII Encuentro de la Red Nacional de Investigación Urbana en Ciudad Juárez, Chihuahua. Disponible en: <http://www2.uacj.mx/icsa/Investiga/RNIU/ponencias%20pdf/Pon.%20Cudberto%20Arzate.pdf>. Consultado el 19 /02/2010
- Ashworth, G.; White, P. & Winchester, H.** (1988) "The Red-Light District in the West European city: A neglected aspect of urban landscape". *Geoforum* 19(2): 201-212
- Azaola, E.** (2006) "Infancia robada. Niños y niñas víctimas de la explotación sexual en México". DIF/UNICEF/CIESAS, México
- Barger, A.** (2002) "Sex tourism in Latin America". *Harvard Review of Latin America*. Disponible en: <http://revista.drclas.harvard.edu/book/sex-tourism-latin-america>. Consultado el 22/05/2013
- Bauer, T. G. & McKercher, B.** (2003) "Sex and tourism. Journeys of romance, love and lust". The Haworth Hospitality Press, Nueva York.
- Bazdresch, M.** (1999) "Educación y pobreza: una relación conflictiva". *Trabajos, Educación y Valores*. ITESO. Disponible en: <http://eva.iteso.mx/trabajos/mbazdres/educyprobreza.pdf>. Consultado el 25/02/2010
- Binnie, J.** (2004) "Queer mobility and the Politics of Migration and Tourism". En: Binnie, J. (ed.) *The Globalization of Sexuality*. SAGE Publications Ltd., Londres, pp. 86-106
- Bringas, N. L.** (1991) "Diagnóstico del sector turístico en Tijuana". En: Bringas, N. L. & Carrillo, J. (coords.) *Grupos de visitantes y actividades turísticas en Tijuana*. El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, pp. 17-46
- Bringas, N. & Woo, O.** (1992) "Tipología de visitantes a Tijuana". *Estudios fronterizos* (27-28): 135-165

- Bringas, N. L.** (2004) "Turismo fronterizo: caracterización y posibilidades de desarrollo". COLEF-CESTUR, Tijuana
- Browne, J. & Minichiello, V.** (1996) "Research directions in male sex work". *Journal of Homosexuality* (31)4: 29-56
- Cantú, L.** (2002) "De ambiente". *Queer tourism and the shifting boundaries of Mexican male sexualities* GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies 8(1-2): 139-166
- Carter, S.** (2000) "Sex in the tourist city: The development of commercial sex as part of the provision of tourist services". En: Clift, S. & Carter, S. (eds.) *Tourism and Sex. Culture, Commerce and Coercion*. Printer, Londres, pp. 131-153
- Clandestinogay.com** (2010) www.clandestinogay.com. Acceso el 25/02/2010
- Cohen, E.** (1982) "Thai girls and Farang men. The edge of ambiguity". *Annals of Tourism Research* 9(3): 403-428
- Córdova, R.** (2010) "Parallel universes: male sex trade in public spaces of Veracruz, Mexico". En: Carr, N. & Poria, Y. (eds.) *Sex and the Sexual During People's Leisure and Tourism Experiences*. Cambridge Scholars Publishing, Newcastle, pp. 35-56
- Curtis, J. & Arreola, D.** (1991) "Zonas de tolerancia on the Northern Mexican border". *Geographical Review* 81(3): 333-346
- Cruisinggays.com** (2010) www.cruisinggays.com. Acceso el 25/02/2010
- Demaris, O.** (1970) "Pozo del Mundo: Inside the Mexican American border, from Tijuana to Matamoros", Little Brown and Co, Boston
- El Mexicano** (2010) www.el-mexicano.com.mx/informacion/suplementos/2/39/bienes-raices/2004/11/29/380636/la-plaza-santa-cecilia-en-la-historia-urbana-de-tijuana.aspx. Acceso el 25/02/2010
- Félix, H.** (2003) "Tijuana la horrible. Entre el mito y la historia." *El Colegio de la Frontera Norte/Librería El Día*, Tijuana
- Graburn, N.** (1983) "Tourism and prostitution". *Annals of Tourism Research* 10(3): 437-443
- Hall, C. M.** (1992) "Sex tourism in Southeast Asia". En: Harrison, D. (ed.) *Tourism and the Less Developed Countries*. Belhaven Press, Londres, pp. 65-74
- Harrison, D.** (1994) "Tourism and prostitution: Sleeping with the enemy?". *Tourism Management* 15(6): 435-443
- Hernández, A.** (2003) "Hijos de la madrugada: antros y vida nocturna en Tijuana". *Ciudades, Red Nacional de Investigación Urbana* 58(abril-junio): 14-24
- Hubbard, P. & Sanders, T.** (2003) "Making space for sex work: Female street prostitution and the production of urban space". *International Journal of Urban and Regional Research* 27(1):75-89
- Hughes, H.** (2002) "Gay men's holiday destination choice: A case of risk and avoidance". *International Journal of Tourism Research* 4(4): 299-312
- Katsulis, Y.** (2008) "Sex work and the city. The Social Geography of health and safety in Tijuana, Mexico". University of Texas Press, Austin

- Khan, S.** (1999) "Through a window darkly? Men who sell sex to men in India and Bangladesh". En: Aggleton, P. (ed.) *Men Who Sell Sex: International Perspectives on Male Prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Filadelfia, 195-212
- Leary, D. & Minichiello, V.** (2007) "Exploring the interpersonal relationships in street based male sex work: Results from an Australian qualitative study". *Journal of Homosexuality* 53(1):75-110
- Lefebvre, H.** (1991) "The production of space". Blackwell Publishers, Oxford
- Léobon, A.** (2006) "Champs de libertés et construction de territoires homo et bisexuels en France et au Québec". En: Séchet, R. & Veschambre, V. (dirs.) *Penser et faire la géographie sociale: Contribution à une épistémologie de la géographie sociale*. Presses Universitaires de Rennes, Rennes, pp. 277-294. Disponible en: <http://books.openedition.org/pur/1921>. Consultado el 21/05/2012
- Lindón, A.** (2006) "Geografías de la vida cotidiana". En: Hiernaux, D. & Lindón, A. (dir.) *Tratado de Geografía Humana*. Anthopos Editorial/Universidad Autónoma Metropolitana, Barcelona, pp. 356-400
- López, Á. & Van Broeck, A. M.** (2013) "Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria". Colección Geografía para el Siglo XXI, Serie Libros de Investigación núm. 12, Instituto de Geografía, UNAM, México
- López, H.** (2005) "Datos para el debate sobre casinos". En: Cárdenas, N. & Moreno, I. (coords.) *Casinos en México: El debate legislativo*. Grupo Parlamentario del PRD en la LIX Legislatura de la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, México, pp. 69-76 Disponible en <http://www.bibliojuridica.org>. Consultado el 21/05/2012
- Löw, M.** (2006) "The social construction of space and gender". *European Journal of Women's Studies* 13(2): 119-133
- McDowell, L.** (2000) "Género, identidad y lugar. Un estudio de las geografías feministas". Cátedra, Madrid
- Meetingbigmen.com** (2011) www.meetbigmen.com/m/groups/view/Red-Light-Tours-of-Tijuana. Acceso el 27/05/2011
- Minichiello V.; Mariño, R.; Khan, M. A. & Browne, J.** (2003) "Alcohol and drug use in Australian male sex workers: Its relationship to the safety outcome of the sex encounter". *AIDS Care. Psychological and Socio-Medical Aspects of AIDS/HIV* 15(4): 549-561
- Morse, E. V.; Simon, P. M.; Balson, P. & Osofsky, H.** (1992) "Sexual behavior patterns of Customers of male street prostitutes". *Archives of Sexual Behavior* 21(3): 347-357
- Murrieta, M. & Hernández, A.** (1991) "Puente México. La vecindad de Tijuana con California". El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana
- My Space.com** (2010) www.myspace.com/gaytijuana. Acceso el 25/02/2010
- Oppermann, M.** (1999) "Sex tourism". *Annals of Tourism Research* 26(2): 251-266
- Price, J. A.** (1973) "Tijuana: Urbanization in a border culture". University of Notre Dame Press, Notre Dame, Indiana
- Puar, J.** (2002) "Circuits of queer mobility: Tourism, travel and globalization". *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 8(1-2):101-137
- Robinson, R.** (2002) "Vice and tourism in the U.S.-Mexico border: A comparison of three communities in the era of U.S. prohibition". Tesis de Doctorado, Arizona State University, Tempe

Ruiz, R. E. (2001) "La leyenda negra". En: Ceballos, M. (coord.) *Encuentro en la frontera: mexicanos y norteamericanos en un espacio común*. El Colegio de México/El Colegio de la Frontera Norte/Universidad Autónoma de Tamaulipas, México, pp. 119-137

Ryan, C. & Hall, C. (2001) "Sex tourism. Marginal people and liminalities". Routledge, Londres

Taylor, S. J. & Bogdan, R. (1987) "Introducción a los métodos cualitativos de investigación". Paidós, Barcelona

Valentine, G. (1996) "[Re]negotiating the 'Heterosexual Street'. Lesbian productions of space". En: Duncan, N. (ed.) *Bodyspace: Destabilizing Geographies of Gender and Sexuality*. Routledge, Nueva York/Londres, pp. 146-155

Verduzco, B.; Bringas, N. & Valenzuela, B. (1995) "La ciudad compartida. Desarrollo urbano, comercio y turismo en la región Tijuana-San Diego". Universidad de Guadalajara/El Colegio de la Frontera Norte, Guadalajara

Yelp.com (2010) www.yelp.com/biz/cinemas-latino-tijuana?hrid=3ctBgOUItn9JWsXe3v4P5g. Acceso el 20/05/2015

Recibido el 04 de mayo de 2015

Reenviado el 10 de junio de 2015

Aceptado el 18 de junio de 2015

Arbitrado anónimamente

UNIVERSOS PARALELOS

Turismo sexual comercial entre hombres en el Puerto de Veracruz, México

Rosío Córdova Plaza^{*}
Universidad Veracruzana
Xalapa, México

Resumen: Este trabajo analiza la relación entre el turismo y el comercio sexual masculino dirigido a hombres en el puerto de Veracruz, México. Empleando una perspectiva antropológica, intenta destacar el papel del turismo como potenciador de diferencias en identidades y prácticas que exhiben dos grupos de trabajadores sexuales: a) los sexoservidores callejeros—llamados localmente “mayates”— los cuales laboran en la zona central de la ciudad, se asumen como heterosexuales y privilegian prácticas “activas”, y b) acompañantes y bailarines que trabajan en centros nocturnos o casas de masajes en el área de Boca del Río, quienes se articulan en torno a identidades gay “modernas” y reivindican objetos de deseo.

PALABRAS CLAVE: turismo sexual masculino, homoerotismo, Veracruz, México.

Abstract: *Parallel Universes: Commercial Male Sex Tourism in the Port of Veracruz, Mexico.* This text analyses the interactions between tourism and commercial male sex in the port of Veracruz, México, from an anthropological perspective. The aim is to explain the identity continuities and transformations experienced by sex workers who engage in tourism-related practices. Based on the geographical segregation between the “historic” and “modern” areas of the city, the author differentiates between traditional “mayate” heteronormative identities, based on sexual practices, from “modern” gay identities, defined by the sexual object of desire. While sex workers of the first kind concentrate in the parks and streets of the central district, escorts, dancers and callboys work in nightclubs and massage/escort parlors at the modern establishments in the new developments of the Boca del Río district.

KEY WORDS: male sex tourism, homoeroticism, Veracruz, México.

INTRODUCCIÓN

Este trabajo presenta los resultados de una investigación realizada con trabajadores del sexo comercial en el parque Zamora, uno de los espacios más emblemáticos del puerto de Veracruz, en el costero estado mexicano del mismo nombre, y primera ciudad del continente. Veracruz es un destino turístico de visitantes procedentes principalmente de la región centro y sureste de México y, en menor medida, de otras zonas del ámbito nacional, que ofrece diversos aspectos que hacen de él un espacio de interés para analizar los vínculos entre el turismo y el comercio sexual masculino.

^{*} Doctora en Ciencias Antropológicas por la Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, Ciudad de México, México. Se desempeña como Investigadora del Instituto de Investigaciones Histórico-Sociales de la Universidad Veracruzana, Xalapa, México; y es miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel III. E-mail: rosiocordova@hotmail.com

Los principales objetivos son: 1) examinar la contribución del turismo a la construcción de identidades sexuales y de género entre varones dedicados al sexo comercial, y 2) analizar cómo esta diferenciación opera en varios niveles, a saber: el socioeconómico, la distribución territorial, los espacios de trabajo, la procedencia y el tipo de turistas a quienes se dirige. Siendo que la prostitución masculina se halla revestida de juicios de valor por atentar contra el fundamento del régimen de sexualidad (Foucault, 1991), tanto los trabajadores como los clientes deben pasar relativamente inadvertidos al establecer contacto y al realizar el servicio. El turismo favorece por un lado la permanencia de identidades “tradicionales” y, por otro, la creación de identidades “gay” globalizadas que se distinguen por su reconocimiento abierto de deseos y prácticas homosexuales. Son estas dos las formas diferenciadas de expresión de los trabajadores sexuales que laboran en la ciudad.

En este tenor, a diferencia del trabajo sexual femenino o transgénero, que resulta fácilmente identificable en el espacio público, el sexoservicio masculino conforma una suerte de “universo paralelo”, concepto desarrollado por la Física que hace referencia a realidades múltiples superpuestas y relativamente independientes. Esta idea permitirá reflexionar acerca del modo en el que, debido a su carácter fuertemente trasgresor hacia el orden heteronormativo que regula la construcción de identidades y prácticas, la oferta de servicios sexuales entre varones se desarrolla con base en códigos esotéricos sólo percibidos por los llamados “entendidos”, es decir, conocedores o participantes del circuito de sexo comercial entre hombres.

TRABAJO SEXUAL Y TURISMO

La prostitución es una actividad humana que resume las paradojas de la dicotomía público-privado en las sociedades modernas. Por un lado, es objeto de acaloradas discusiones y propuestas de reglamentación en aras del bien común y la salud social; por otro, el servicio prestado corresponde a la esfera más íntima y personal de las relaciones entre los individuos. De igual manera, es la única actividad que, a pesar de ser marginalizada, degradada y criminalizada, se considera indispensable para la protección de la sociedad, la familia y la integridad moral de sus miembros (Brandts, 1988; Szasz, 2007). Por añadidura, cuando ésta es ejercida por varones, la condena es aún mayor y carece del atenuante de salvaguarda ética, para convertirse en afrenta a las leyes naturales y sociales.

Aunque a lo largo de la historia han existido diferentes maneras de categorizar y normar las prácticas sexuales en contextos mercantiles (Bellamy, 1973; Rossiaud, 1987; Winkler, 1994), no es sino hasta principios del siglo XIX, con la puesta en marcha de lo que Foucault (1991) define como “dispositivo de sexualidad”, que la medicalización del sexo coloca a la prostitución en el corazón de las preocupaciones por la higiene pública (Weeks, 1993). Tal visión supone que esta actividad es sucia, proclive a las patologías médicas y sociales, siempre ejercida por mujeres de las clases consideradas “peligrosas”, y asociada a diversos vicios y delitos, como el alcohol, el juego y la violencia, así como el uso y circulación de drogas, el robo y el escándalo (Córdova, 2007; Núñez, 2002; Zats, 1997).

Si bien es cierto que el desempeño del trabajo sexual ha exhibido un componente genéricamente vinculado a las mujeres en el imaginario colectivo, los hombres no han sido ajenos a esta actividad (Bliss, 2001; D'Emilio, 1999; Schifter & Aggleton, 1999). En esta tesitura, en la actualidad se está volviendo evidente un incremento en el número de varones dedicados al sexoservicio en diversas partes del mundo (Aggleton, 1999). Esto suele asociarse con las condiciones del mercado de trabajo que han deteriorado la calidad del empleo y mantienen a grandes sectores de la población en permanente exclusión social bajo el orden neoliberal (De Moya & García, 1999). La precarización, terciarización e inestabilidad de la oferta laboral están convirtiendo al comercio sexual en una opción atractiva y de fácil acceso para muchos jóvenes subempleados o desempleados (Córdova, 2010).

De igual manera, los grandes movimientos de población entre regiones o países en calidad de migrantes o turistas han sido esgrimidos como otro detonante del incremento en el número de personas que ingresan al trabajo sexual en los lugares de origen y de destino. En la literatura sobre turismo sexual es frecuente encontrar menciones a su emergencia en el contexto de la llamada globalización (Cantú, 2002; Clift & Forrest, 1999), vinculada con la velocidad y masividad de los medios de transporte (Ford, 2003), así como al desarrollo de las comunicaciones y la Internet (Chow-White, 2006), los cuales permiten la movilidad y el intercambio intercultural a escalas nunca antes vistas. Turistas y migrantes ingresan en un circuito en el que la mercantilización de los cuerpos establece una diferenciación entre la producción y el consumo de servicios sexuales en el momento actual de turismo globalizado (Wonders & Michalowsky, 2001). Aunque se distingue toda una variedad de maneras en la que los turistas ejercen su sexualidad en los destinos, tal como atinadamente observó Opperman (1999), es indudable que asistimos a una proliferación de cuerpos que compran y cuerpos que venden servicios sexuales en los lugares de atracción turística (Van Broeck & López, 2013), así como a la creación de nichos para un tipo específico de consumidores. Esto lleva a pensar que suele existir integración entre las zonas de "ligue" o prostitución gay y las zonas de turismo, como se ha documentado en los casos de Acapulco y la Ciudad de México, por ejemplo (Vargas & Alcalá, 2013; López, 2013).

Asimismo, es necesario puntualizar que existe un debate en torno a la corrección política de evitar el término prostitución para referirse a la venta de sexo a cambio de algún pago en dinero o en especie, en el afán de restarle contenido criminalizante y peyorativo. El argumento es que una persona adulta tiene el derecho de alquilar su cuerpo como *modus vivendi* (Altman, 2001: 100). No obstante, la noción alternativa (e higienizada) de sexoservicio o trabajo sexual, oscurece las causas que llevan a la gente a practicarla, como la pobreza, la violencia y la indefensión, así como los efectos que provoca: degradación, privación, estigmatización y marginalización, lo que hace que para muchos y muchas sea la única opción viable de subsistencia (Khan, 1999). En este trabajo se emplearán los dos términos indistintamente, en la inteligencia de que ambas posibilidades son dignas de considerarse.

METODOLOGÍA

Dada la naturaleza relativamente clandestina del tema de investigación, se siguió un acercamiento antropológico a través de la llamada “descripción densa” (Geertz, 1995), la cual favorece la introspección necesaria para tener acceso a los significados que otorgan los sujetos a su práctica social. La información presentada se recabó durante diversos periodos del año 2007, tanto en temporadas de alta afluencia turística —Carnaval y Semana Santa— como en momentos de menor afluencia. Ambas celebraciones tienen fechas variables que se fijan tomando como base el calendario lunar: el Carnaval tiene lugar 47 días antes del segundo domingo posterior a la primera luna llena después del equinoccio de primavera (Domingo de Resurrección y último día de la Semana Santa). La Semana Santa, por tanto, sólo puede celebrarse entre el 22 de marzo y el 25 de abril. El Carnaval del puerto de Veracruz es quizá el más connotado en México debido al ambiente de disipación general que ahí impera.

Se empleó el método etnográfico, el cual consiste en la observación, las charlas informales no grabadas y la aplicación de entrevistas a profundidad semiestructuradas y semidirigidas a 16 trabajadores sexuales que deambulan por los espacios de oferta de sexoservicios; además, se realizó una entrevista a un *stripper* y otra con el manejador de una empresa de acompañantes y gerente de una discoteca *gay*. Todas fueron grabadas, transcritas y analizadas. Dada la naturaleza soterrada del tema, sólo pudo lograrse una entrevista no grabada con un usuario de estos servicios, pues los hombres que era posible identificar como consumidores, locales o turistas, se negaron sistemáticamente a ser abordados.

Asimismo, debido a la estigmatización que recae tanto en trabajadores como en clientes, la muestra tuvo que ser pacientemente construida a través de la técnica de bola de nieve, es decir, que el primer trabajador que logró ser contactado de forma exitosa facilitó el acercamiento a los demás. Los principales temas abordados fueron: familia, escolaridad, condiciones socioeconómicas, otros empleos, ingreso al trabajo sexual, contacto con clientes, negociación, tarifas y formas de pago, prácticas sexuales, identidades sexuales y de género, relaciones amorosas, uso de drogas, acoso policiaco y percepciones sobre la salud y los riesgos. Las entrevistas tuvieron una duración de entre 20 minutos y dos horas y media, dependiendo de la voluntad de cooperación de los trabajadores, ya que no recibieron ningún pago. En total se aplicaron 19 entrevistas con más de 32 horas de grabación.

Por otra parte, es menester señalar que los testimonios presentados no se emplean como ejemplos o ilustraciones de lo que aquí se afirma, sino como parte central de la argumentación, de acuerdo con la idea de Paul Ricoeur (1981: 145) para quien la narrativa “... *se refiere a un mundo al que se afirma describir, expresar o representar*”. Los nombres que aparecen en los fragmentos testimoniales han sido cambiados para garantizar el anonimato, y sólo la edad se conserva para dar una idea al lector del rango de edades de los trabajadores.

VERACRUZ EN EL HORIZONTE DE LA INTERACCIÓN ENTRE TURISMO Y SEXO

Durante siglos, como primer puerto del continente y puerta de entrada a la Nueva España, Veracruz había contemplado el continuo arribo de población flotante que embarcaba o desembarcaba en sus muelles; las condiciones de insalubridad imperantes y el temor a la fiebre amarilla mantenían alejados a los posibles visitantes. Los llamados viajeros decimonónicos permanecían en la ciudad el tiempo estrictamente necesario para evitar contagios (por ejemplo, Koppe (1830); Domenech (1866); Seckercq (1883); Ballau (1889) citados en Poblett, 1992). Sin embargo, después de la introducción de las obras de saneamiento y drenaje, en los primeros años del siglo XX se desarrollaron actividades recreativas para atraer a un turismo nacional en busca de los beneficios de los aires marinos (García, 1996). Con esta finalidad, se construyeron balnearios y salones de baile (Gallegos, 2006). En 1925, comienza a celebrarse el “Carnaval”, lo cual da inicio a un proceso cíclico de afluencia turística durante períodos de asueto que continúa hasta nuestros días, aunque no con igual estacionalidad.

Gallegos (2006) señala que la época entre 1930 y 1955 registró un crecimiento sostenido de la infraestructura urbana y turística, en la que se construyó la carretera México-Veracruz y el boulevard; se restauraron monumentos históricos y se edificaron hoteles de diversas categorías. Sin embargo, a partir de 1960, Veracruz experimentó un rezago turístico ligado a la decisión gubernamental de promover otros destinos, como Acapulco, Puerto Vallarta y Mazatlán. En las décadas de los años 1970 y 1980, los recursos del sector se canalizaron hacia la construcción de cinco nuevos megaproyectos para atraer al mercado internacional, que no contemplaban a Veracruz en los planes (López, 2001). Como consecuencia de las carencias comparativas que acarreó este abandono, la ciudad permaneció fuera de los circuitos turísticos mundiales (Jiménez citado por Gallegos, 2006: 72)

Esto se hace evidente al observar las cifras proporcionadas por el Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México, el cual señala que del 65 por ciento de los turistas extranjeros que se alojaron en destinos de sol y playa en 2012, 77 por ciento se dirigió a tres puntos de atracción: Riviera Maya (38%), Cancún (29%) y Los Cabos (10%). En el caso del turismo nacional, en el mismo año, sólo 31 por ciento se hospedó en centros turísticos de sol y playa. Los destinos predilectos por orden de importancia fueron: Acapulco (30%), Veracruz (15%), Cancún (12.1%), Mazatlán (8.1%) y Puerto Vallarta (7.2%) (Programa Sectorial de Turismo, 2013). Es decir, que el puerto de Veracruz se ha dedicado a atender a un turismo popular, de carácter nacional, perteneciente a estratos socioeconómicos medios y bajos, procedente de las regiones del Golfo de México y del centro del país (Gallegos, 2006: 57).

Usualmente, lugares de antiguo e intenso tránsito de personas han observado la presencia de un constante comercio sexual entre nativos/as y fuereños/as. En el caso de Veracruz, a ello hay que sumar el estilo de vida propio de los puertos, desde hace siglos vinculado en el imaginario social con el contrabando, la disipación, la prostitución y la intermitencia. Sin embargo, las formas que reviste en la actualidad están más ligadas a la aparición de una serie de necesidades modernas de

desplazamientos recreativos durante periodos de tiempo libre y descanso (Corrales, 1993). En términos de turismo sexual homoerótico, a diferencia de otras urbes, en Veracruz no existe un área *gay* propiamente dicha, ni tampoco los espacios de oferta de servicios sexuales están del todo organizados en función de los sitios de atracción turística, aunque puedan existir puntos de confluencia. Así, es posible apreciar que el trabajo sexual ligado al turismo presenta en Veracruz dos formas relativamente excluyentes, que es posible vincular con la conformación geo-histórica del puerto y sus actividades económicas. Por un lado, se encuentra el antiguo casco español que atrae a los visitantes por sus lugares de interés histórico, su colorido y sus actividades asociadas con una festiva cultura “caribeña” y, por otro, la nueva infraestructura turística desarrollada en el municipio conurbado de Boca del Río, la cual ha permitido configurar un área muy cosmopolita en torno a grandes hoteles y centros de diversiones.

EL CENTRO HISTÓRICO

En el llamado Centro Histórico y sus inmediaciones, es posible hallar una presencia numerosa de sexoservidores masculinos callejeros, quienes se desplazan a través de los espacios que se han configurado como de prostitución a lo largo de más de tres siglos, teniendo al parque Zamora como una suerte de centro de operaciones (Gil Maroño, 2002; Córdova, 2010). El parque es un espacio de reclutamiento, aprendizaje y práctica del comercio sexual entre varones (Espronceda, 2009). Es significativo observar cómo la dimensión territorial del circuito de trabajadores sexuales en la actualidad corresponde casi de manera perfecta con la que ocupaba el lindero de la ciudad amurallada, el antiguo paseo de la Alameda y la vieja estación de ferrocarriles. Es de destacar que este circuito se sitúa en el corazón del área de comercio local de la ciudad, donde hoy se encuentra el mercado central, así como una diversidad de negocios, como zapaterías, tiendas de ropa, farmacias y oficinas.

Los trabajadores entrevistados oscilan entre los 18 y los 32 años y se dedican a atender a clientes locales, tanto a los llamados “tapados” —es decir, varones identificados como heterosexuales, con frecuencia casados y con hijos, que precisan mantener ocultos sus deseos hacia personas de su mismo sexo—, como a los “obvios”, que se entreveran con los turistas regionales o nacionales.

Pues son dos señores, nada más que me hablan de vez en cuando, nada más. Y pos es como una enfermedad ¿no? Es como todo, les gusta a ellos, les gusta eso, tienen mujer, tienen hijos y pos dice aquél “nadie se ha muerto de eso” ¿verdad? (José, 22 años).

Existen también consumidores extranjeros que desde larga data han aparecido en el imaginario *jarocho* (gentilicio popular para el habitante del puerto y de la costa central del estado de Veracruz; en ocasiones, aplicado por extensión al estado en su totalidad) como usuarios de los servicios eróticos proporcionados por las y los pobladores nativos, a quienes tradicionalmente se ha denominado “embarcados”. Los “embarcados” se hallan vinculados con las actividades propias del puerto:

marineros, grumetes y demás personal de los navíos que atracan en el muelle y cuya estancia durará desde unas pocas horas hasta varios días. Algunos sexoservidores, de sexo femenino o masculino, llegan incluso a especializarse en ellos, motivo por el cual son calificados como “gabacheras” o “gabacheros” (Flores Martos, 2004).

Aunque pareciera existir una tarifa estándar para un “completo”, servicio que incluye penetración anal por parte del sexoservidor, existe una marcada preferencia por los turistas, quienes pagan mejor —según aseguran todos los entrevistados— y ofrecen regalos e invitaciones, además de que exigen menos esfuerzo en el servicio.

Por lo regular los clientes yo en los que me fijo más son los de fuera, un turista. Porque una gente que es de aquí, legítima del puerto, que es de ambiente, no te da lo que le pides y te exige muchas cosas. Los turistas me dejan más lana [dinero], me dan mejor. Así es. Un cliente que viene de fuera, lo sabes tratar más, o sea tienes más expresiones, más palabras para platicar con ellos que con una gente que es de aquí. Si le echas ganas te vienes ganando [bastante dinero] al mes, sí. Cuando me pongo a cotorrear, cuando le dedico tiempo, me clavo [dedico] a veces tres, cuatro días seguidos (Kalimán, 24 años).

Los turistas son los que dejan más porque luego aquí nada más te hacen preguntas de que “¿cómo la tienes?”, y todo eso. Y a la mera hora “te voy a dar tanto”, y te ofrecen muy poco. Ya tú les dices “mejor váyanse, ¿no?”... Lo mejor es el turista (Patricio, 27 años).

Asimismo, aunque muchos de los trabajadores entrevistados son originarios del puerto, ya sea habitantes del populoso barrio de la Huaca o de las colonias periféricas, existen también algunos de procedencia campesina que residen en la ciudad, o incluso, pobladores de comunidades rurales vecinas que se desplazan a ofrecer servicios sexuales con el objeto de complementar exiguos ingresos de otras fuentes de empleo. Por tanto, es frecuente que combinen diversas ocupaciones —albañiles, vaqueros, vendedores ambulantes, campesinos o, incluso, estudiantes— con el trabajo sexual.

Casi no vengo [al parque], o sea es muy raro. Todavía sigo cuidando unas vaquillas. Todos los días temprano nos vamos a las tres de la mañana y a las siete estamos entregando la leche. Ya después no se hace nada y cuando tengo tiempo y no tengo nada que hacer, vengo una o dos veces por semana (Leo, 22 años).

Yo he trabajado de albañil, he trabajado de pintor, he trabajado en el ingenio, cortando caña, en el campo, cortando sandía, melón, todo eso (Manuel, 23 años).

La facilidad para dedicarse al sexoservicio de manera intermitente brinda un mayor atractivo a la actividad, en tanto permite no asumirse plenamente como trabajador sexual de tiempo completo, sino

como temporal o esporádico, sobre todo en los momentos de mayor afluencia turística en los que abunda la demanda.

La verdad yo lo hago por necesidad ¿no?, por tener una moneda extra. Si cobro mil pesos en una chamba [trabajo] de albañilería a la semana, y si me cobran mil quinientos de renta, lógico que tengo que recurrir a otros medios, ¿verdad?, porque pues tampoco andaría robando, o sea, no es lo mío, ¿verdad? (Jorge, 22 años).

Ahorita, en este mes, sí, sí, en estos meses, o sea el mes de Semana Santa, es el mes turístico, el mes que más gente viene a visitar Veracruz y es cuando más prostitución hay (Carlos, 26 años).

Una minoría de los entrevistados también es turista, pues reside en otras ciudades o estados de la República y arriba al puerto sólo durante estas épocas. Algunos se dirigen a los destinos turísticos siguiendo el calendario vacacional para “cotorrear”, término que alude a la participación en el ambiente homoerótico.

Soy de Matamoros, Tamaulipas. Vine nada más de paseo, a cotorrear y a trabajar, tiene un mes apenas. [Empecé] de mis dieciséis... sí, de mis dieciséis años allá en Quintana Roo, así en un parque, como acá el de Zamora. Hay un parque en Quintana Roo que es el parque Las Palapas. Me fui para conocerlo... y a cotorrear. Me quitó de ahí y me fui para Playa del Carmen igual a cotorrear y todo. También Cancún, porque yo no conocía. Y ahí es como acá orita [ahora]. Yo no conocía el puerto [de Veracruz] y orita ya conozco y [ando] cotorreando acá igual (Pedro, 21 años).

El reclutamiento de los sexoservidores suele presentarse de manera fortuita. A veces un “entendido” solicita los servicios de alguien que identifica como sexoservidor, aunque éste no ande “en el cotorreo”.

Un chavo me pagó, o sea, él me dijo que me iba a pagar. Me lo encontré sentado en el parque Zamora, me preguntó que qué andaba haciendo y le dije que andaba dando la vuelta, paseando. Y me dijo que... que si podía hacerle el amor, que me daba dinero. Pues no me negué, yo se lo hice y me dio, y así pasó todo. Se me hizo una costumbre de aquella vez y pues de ahí empecé a modo de tener dinero. Si no, pues no me dedicara a esto (Carlos, 26 años).

Pero también puede suceder que el reclutamiento ocurra a instancias de terceras personas que ya se encuentran involucradas en el trabajo sexual.

Pues por un amigo que me trajo aquí, un amigo que me llevó al parque y me... o sea, me empezó a explicar cómo estaba la jugada y pues le fui agarrando más o menos la onda (Jaime, 18 años).

En Veracruz, por su misma condición de destino turístico, las áreas de prostitución masculina callejera se hallan expandidas: la Plaza de Armas, el parque Zamora y alrededor del mercado Hidalgo, las avenidas Díaz Mirón y Gómez Farías, así como ciertos tramos de la playa. Como en muchos otros lugares del país, los parques centrales son espacios de oferta de servicios sexuales, quizá como resultado de la concentración de actividades comerciales y de diversiones en las áreas céntricas de las urbes que ha depreciado su valor como zonas residenciales. Esto propicia que se aglomeren en ellas viviendas de clases populares, de donde se supondría que provienen la mayor parte de los trabajadores sexuales; por otro lado, la presencia de tránsito constante y de una red de transporte colectivo que conecta al centro con los restantes puntos de la ciudad, facilita el desplazamiento hasta altas horas de la noche (Córdova, 2005).

Esto permite que en el puerto los servicios se oferten durante las 24 horas del día, los siete días de la semana, lo que promueve la existencia de una amplia infraestructura de hoteles baratos, edificios que rentan cuartos por hora o día, farmacias, bares y cantinas, al igual que un antiguo local de baños públicos que se encuentra en las inmediaciones del parque Zamora. Aunque este céntrico parque no es en sí mismo un atractivo turístico, se sitúa en el corazón de una zona comercial de mercados y almacenes de diversos tipos. Es un espacio muy concurrido a todo lo largo del día: grupos de estudiantes, familias que llevan a sus niños, personas mayores que descansan a la sombra de los árboles, además de vendedores callejeros de toda clase de comestibles, lustradores de calzado, y algunos negocios establecidos, como puestos de periódicos, dos cafeterías y una pequeña estación de policía.

Este continuo trasiego permite a trabajadores y clientes pasar inadvertidos a los ojos de los demás, de manera que las actividades de sollicitación que tienen lugar en el parque ocurren en ese “universo paralelo” que garantiza el anonimato. No obstante, la observación minuciosa del comportamiento de los parroquianos hace emerger los códigos de entendimiento que se emplean para establecer los contactos. Por ejemplo, los que ofrecen servicios permanecen sentados, cambiando de lugar cada cierto tiempo para observar y ser observados, a la espera de ser abordados de manera casual.

Donde vayas a sentarte, ya están viéndote la bragueta, o están haciendo un pretexto, o te invitan un cigarro, algo de tomar, ¿me entiendes? (Andrés, 21 años).

Pero aquí se da uno cuenta, cuando... o sea, la persona pues... por ejemplo yo estoy aquí sentado y ya tienen rato las personas sentadas, ¿no?. Entonces uno ya distingue quién es realmente el que está ofreciendo o quién viene en busca de. Realmente el que viene en busca de, es el que aborda, el que hace la plática, porque los que ofrecen mmm... están ahí sentados a la espera de alguien que les hable (Cliente).

Algunos solicitantes se mantienen sentados, realizando leves movimientos con las piernas separadas, acariciándose las o tocándose discretamente los genitales como una manera de anunciar que quieren un encuentro sexual y están dispuestos a pagar por él. Lo importante es que las señales intercambiadas sean sutiles y vayan acompañadas de una cierta forma de mirar al otro, ya que *“la mirada, pues, la mirada es básicamente lo que te conecta”* (Cliente).

Tal sutileza del contacto es necesaria por varias razones: en primer término, porque evita la posibilidad de malos entendidos y equívocos, en caso de que a quien se trate de atraer no participe del cotorreo; también indica la disponibilidad de ambas partes para iniciar las negociaciones por el tipo y el precio del servicio, a resguardo de la vista pública. Por último, constituye un código esotérico sólo reconocible por los “entendidos”, el cual suele pasar inadvertido para el resto de las personas que ahí se encuentren.

Este argumento conduce, finalmente, a analizar las identidades que exhiben trabajadores sexuales callejeros, conocidos vernáculamente como “mayates”. Este es un término de origen náhuatl utilizado incluso por los propios trabajadores, que hace referencia a los escarabajos estercoleros *Cotinis mutabilis* en alusión al coito anal, y es a veces conjugado como verbo, “mayatear”. El mayate es un varón que no es apreciado socialmente ni se asume a sí mismo como homosexual, aunque puede admitir ser bisexual, siempre y cuando ocupe la posición “activa” durante la cópula, es decir, que considera que mantiene su virilidad completa al manifestar ser el penetrador, o bien a quien se proporciona una felación.

No nos llevamos con ellos, o sea con las locas no, con los que son inter [pasivos y activos] y eso, no. Nos juntamos puro activo y activo, y las locas se juntan con locas y, o sea, buscan su género. Pero sí nos llevamos con ellas de “quihúbole, quihúbole”. Porque pues hay unos que se ven hombres y todo y les gusta que los penetren, o sea... (Héctor, 21 años).

Todos los entrevistados sin excepción manifestaron tener nexos afectivos con mujeres, como parte importante de sus anclajes identitarios. El hacer explícitos sus preferencias sexuales, vínculos emocionales o, incluso, lazos conyugales con mujeres, refuerza una masculinidad que podría ser puesta en duda si admiten que se dedican de forma constante al trabajo sexual o que éste entraña algún disfrute.

Es que yo ando padroteando [regenteando] también chamacas [muchachas], yo... no creas que me dedico a esta cosa. Nel [No] ¿qué pasó?, pero nel, yo casi no me dedico a la prostitución, a mayatear, yo no. Yo más me dedico a andar con morras [muchachas] de bares o teiboleras y me pagan todo y como pues dicen que tengo más o menos buen cuerpo y... mejor no te cuento lo que tú ya sabes. Eso es lo que les gusta a las mujeres. Pero así en sí casi yo no lo hago, pero cuando me veo muy obligadamente, a veces sí lo hago con un gay, con un hombre. Pero yo me dedico más a las mujeres, a las de los bares, las teiboleras, ésas (Kalimán, 24 años).

Estas afirmaciones, sin embargo, a veces se contradicen en los relatos de los propios trabajadores, como en el testimonio de Kalimán, quien dice ser proxeneta, pero al mismo tiempo dedicarse cuatro o cinco días de la semana al sexoservicio a varones. Como parte del éxito de los mayates depende de su imagen de macho, de “muy hombre”, una constante en sus relatos es la insistencia en que jamás aceptan ocupar la posición “pasiva”, pues esto equivaldría a feminizarse como lo hacen sus clientes.

Sí, los activos juegan el papel de hombre. Los pasivos hacen todo lo de una vieja, o sea son penetrados, maman y todo eso, o sea. Y los activos no. Nada más penetramos y nada más. Los pasivos su actitud también es de mujer, porque pues ya es por gusto más bien ellos, pero pues también es más por gusto, por pasividad. He visto eso (Julio, 24 años).

Esto permite entender que la construcción identitaria de los mayates pasa por la negación al acceso a sus glúteos como antesala del ano, que el imaginario social ha asociado con la noción de pasividad y feminidad (List, 2007). La insistencia en el desempeño del papel activo parece ser un punto de anclaje en la narrativa de este tipo de trabajadores del sexo, acorde con las normas culturales para el género masculino que dictan que la sexualidad de los varones debe ser agresiva y poderosa. Esta manera de encarar la dominación simbólica del principio masculino sobre el femenino se reproduce, al menos en el discurso, en la asignación dicotómica de los papeles sexuales al interior de la relación homoerótica y la reducción falocéntrica de las zonas erógenas.

¡Nooo!, ¿qué pasó? Nel, sí me han querido a veces estar agarrando las nalgas. Les digo “nel, mejor pégate acá”. Porque eso es lo que me gusta nada más, y que me la mamen, la verdad sí. Yo soy cien por ciento activo. Pasivo no, activo cien por ciento. Por algo soy moreno y soy negro, soy raza latina... más calientes. Yo puedo hacer el amor hasta... yo cuando tenía mi chava, y siempre he tenido mi novia, a veces hago el amor hasta nueve veces con ella, o las hago venir hasta nueve veces en una sola relación. Cojo (se refiere al acto sexual) seis, cinco veces al día cuando se puede, cuando se siente el cachondeo, cuando se siente la sensación (Kalimán, 24 años).

También es de destacar el contenido racializado de los discursos que reproducen los estereotipos de algunos grupos étnicos como más sexuales y potentes. Si tenemos en cuenta que Veracruz es un estado con una gran presencia afromestiza, los contenidos hipersexualizados del imaginario justifican la incursión en el trabajo sexual como una manera de garantizar la disponibilidad de encuentros sexuales para satisfacer un deseo hambriento e indiscriminado hacia el objeto sexual.

Dado que los sexoservidores reivindican para sí una masculinidad sustentada en el aspecto viril, en sus parejas femeninas y en la constante afirmación de su sexualidad desbordada, por tanto, entre las razones que aducen para justificar su vínculo sexual con otros varones es la presencia continua de urgencias eróticas insatisfechas.

El cotorreo es divertido, ¿no? Desgraciadamente sí. A veces uno lo busca porque pues... como en la casa, mi esposa está joven y yo no sé qué mmm... qué chingaderas tengo que yo quisiera estar a cada rato con ella y ella no quiere. Ella nomás quiere una vez, dos veces y ya no quiere. Y hay veces que la verdad ella se va a dejar a la niña a la escuela y yo estoy de pendejo viendo la tele. Y con ver viejas encueradas en la tele ya estoy de pendejo, ya se me paró esa madre y ya me estoy masturbando yo solo (Javi, 32 años, Veracruz).

La protección de la masculinidad en un contexto en el que las prácticas homoeróticas son satanizadas, permite entender este juego de artificio entre los sexoservidores y los clientes. El énfasis que ponen los trabajadores en ocupar la posición “activa”, su insistencia en las relaciones afectivas con mujeres y en sus urgencias sexuales, su reiteración en los aspectos económicos de la ocupación y la intermitencia en su dedicación a ella, les permiten defender la identidad masculina y una declarada orientación heterosexual. Entre tanto, la posición de cliente oscila entre la posibilidad de realizar deseos eróticos de manera segura y anónima en el caso de los tapados mencionados anteriormente, o bien la actualización de una serie de imaginерías sociales: el deseo del “obvio” de ser poseído por el macho, del adulto por gozar al joven, del rico por dominar al pobre (Perlongher, 1999).

LA ZONA CONURBADA DE BOCA DEL RÍO

En años recientes, se han realizado serios esfuerzos por parte de las instancias gubernamentales estatales para tratar de reactivar el sector turístico, a partir de agresivas campañas publicitarias y del mejoramiento y ampliación de la infraestructura (Estrada citado por Gallegos, 2006: 64). Sobre todo, se ha hecho hincapié en algunos nichos específicos, como el ecoturismo, el turismo de aventura y el arqueoturismo, además de publicitarse más ampliamente el Carnaval del Puerto de Veracruz. Asimismo, a partir de 1990 han asentado sus reales en la ciudad cadenas hoteleras nacionales y extranjeras que han aumentado la disponibilidad de hospedaje de cuatro y cinco estrellas, principalmente en la zona conurbada del municipio de Boca del Río (Gallegos, 2006: 65). Ahí también se han instalado restaurantes, bares y centros nocturnos, además de la edificación del World Trade Center, todo lo cual ha permitido que en los últimos tiempos Veracruz sea sede de grandes eventos académicos y empresariales.

El creciente índice de ocupación hotelera en inmuebles de cinco estrellas en la zona conurbada de Boca del Río, revela la incorporación de un número cada vez mayor de turistas de poder adquisitivo alto y medio alto. Aunque su procedencia sigue siendo principalmente nacional, el World Trade Center ha permitido la realización constante de grandes eventos de negocios o de corte académico a los que acuden personas de todo el mundo.

Esto ha contribuido a aumentar la oferta de servicios gastronómicos y de diversiones nocturnas para el entretenimiento de los visitantes: bares, restaurantes, discotecas, salones de apuestas y

demás. En esta área se ubican tres de las cuatro discotecas abiertamente *gay* que existen en la ciudad. Ahí también se ejerce la prostitución de interiores en los diversos locales o mediante agencias de acompañantes y masajistas, anunciadas en guías turísticas especializadas que se encuentran en *lobbies* de hoteles, o a la entrada de los centros nocturnos. Estos servicios están dirigidos a consumidores de gran solvencia económica, tanto nacionales como extranjeros, que se adhieren —privada o públicamente— a los modelos imperantes de la subcultura *gay* occidentalizada (Altman, 1996). Los montos por un servicio suelen oscilar entre 4 y 20 veces más de los que se pagarían a los trabajadores del Centro Histórico.

Llega a ser, ahora sí, según la calidad del chavo, pero llega a veces [a costar] de ochocientos, mil, a mil quinientos [60 a 100 dólares estadounidenses]. También, cuando es por tiempo que ya era fuera del horario normal, que ya pasaba de la hora, hora y media, pues ya era agregarle cien o doscientos por hora. Que sea conveniente para nosotros, para el chico que iba a dar el servicio y para el cliente. Que el cliente pagara, que no se le hiciera caro, tampoco barato, tampoco regalado, que no por complacerlo amolar [perjudicar] al chavo. Entonces, acordábamos un precio (Ernesto, 33 años, manejador de agencia de masajes).

Durante buena parte del año, tanto los consumidores como los sexoservidores son locales, pero en las épocas de gran afluencia turística suele haber una importante presencia de personas de otras partes de la República o del extranjero. Así, clientes y trabajadores pueden desplazarse de otros sitios para confluir en un espacio social de intenso flujo de visitantes.

La temporada alta es para todos. Ahorita que es Carnaval va a ser temporada para todos, hasta para lo que es el sexoservicio, porque viene gente extranjera, viene gente de fuera que vienen a consumir. Los chicos también [vienen de fuera]. Tengo el que viene de Orizaba, tengo a Joe que viene de Cancún, tengo a Ángel y a Charlie, que vienen de México (Ernesto, 33 años, manejador de agencia de masajes).

La inserción en el trabajo sexual a través de agencias que atienden a una clientela más cosmopolita y especializada, diversifica las posibilidades de construcción identitaria de los trabajadores. La misma forma del reclutamiento condiciona el ingreso a estos circuitos, menos riesgosos, mejor remunerados y más discretos.

Poníamos un anuncio en el periódico, decía “se solicita chico, buena presentación, criterio amplio, entrevistas en tal lado”. Ya cuando llegaban “¿cuál es la tarea?”, “mira de esto se trata, de que tienes que tener celular, disposición de tiempo, aquí lo que damos es prácticamente sexo al cliente, quiere salir contigo, quiere ir al antro, en el momento que yo te hable pues vas”. Hacíamos la selección. Activo, pasivo o inter, había chavos que hacen de las dos cosas... que fuera atractivo... ¡porque te llegaba cada chaca! O sea, saber qué es lo que vas a vender, entonces aquí lo indicado es saber como gay qué es lo que le gusta a otro gay. Pero tienes que tener de todo: a unos les gustan guapos,

otros le gustan chacales, a otros les gustan blancos, a mí me gustan negros. Debe tener todo, debes tener chico, grande, mediano, grueso... de todo, pasivo, activo, bisexual (Ernesto, 33 años, manejador de agencia de “masajes”).

El término “chacal” alude a los “mayates” de extracción socioeconómica más baja, pertenecientes a las colonias populares, y que muestran agresividad, vulgaridad y rudeza (Córdova, 2003). Así, el tipo de turistas, los medios del contacto, la negociación a través de terceros, los lugares de prestación de los servicios, la diversidad de prácticas y fenotipos solicitados, se adscriben a la lógica de la subcultura *gay* globalizada.

Los trabajadores sexuales de esta zona de la ciudad suelen desempeñarse como “acompañantes”, “masajistas” o bailarines desnudistas que se presentan en centros de diversión nocturna, ocupaciones que les permiten combinar el comercio sexual con otras actividades. A diferencia de los trotacalles, que se relacionan con clientes de todas las clases sociales por ofrecer sus servicios en el espacio más público, la demanda de estos sexoservidores está conformada por los clientes de estos establecimientos, lo que garantiza cierto nivel adquisitivo. Algunas de las características indispensables para lograr ingresar al medio son la juventud, la belleza física y la apariencia muy masculina. Es requisito casi indispensable que desarrollen una buena figura, “esculpida” en los gimnasios, y ofrezcan un aspecto muy masculino (Hernández, 2006).

Yo creo que los 26, 27 años es el momento de la cúspide ¿no? Al menos te va mejor, porque uno todavía se ve bien en la pista... ya pasando 29, 30, pues ya no te contratan tan fácil, pues ya dicen “está bien ruco” [viejo] (Giovanni, 21 años).

El puerto de Veracruz, como la ciudad de mayor tamaño y más cosmopolita del estado —aunque no necesariamente la más tolerante hacia la manifestación pública de la homosexualidad (Barffuson, en prensa)—, ofrece una variedad de lugares “de ambiente”, y en algunos de ellos se puede asistir a espectáculos de desnudismo. Los establecimientos ofrecen *show* de *strippers* o *chippendales*, así como *go-go dancers* transgénero y viriles, los cuales bailan en plataformas elevadas en distintos puntos de los locales, ya sea acompañando el espectáculo principal del *stripper* o animando el baile del resto de los parroquianos. En algunos hay duchas con paredes de vidrio donde el bailarín simula tomar un baño mientras se mueve y acaricia al compás de la música. Asimismo, existe un centro nocturno situado en la zona portuaria que a veces presenta funciones de sexo *gay* en vivo.

El chippendale lo que hace es bailar con su vestuario y estar en tanga. Un stripper lo que tiene es que volver a bailar pero erecto, excitado y, o sea... ahora sí grande (Charlie, 23 años).

Para estos trabajadores del espectáculo, además de la figura musculosa, es necesario también lograr mantener una semierección a todo lo largo de los diez o quince minutos aproximados que dura cada rutina de baile, lo cual se logra mediante la estimulación previa, la aplicación de pomadas y

aerosoles, o el uso del anillo de un preservativo apretado en la base del pene para evitar el vaciamiento rápido de los cuerpos cavernosos:

Usa uno xilocaína. Es un anestésico que usan los jugadores de fútbol cuando se pegan; te lo echas y se te quita el dolor. Eso se lo echa uno en el pene y demora uno tres, cuatro horas (Joe, 21 años).

Aunque bailarines, “escorts” y masajistas deben exhibir una apariencia hipermasculinizada, es posible que se asuman explícitamente como “gays”, “homosexuales” o “bisexuales”, es decir, adoptan posiciones identitarias más flexibles y acordes con las demandas de una clientela más cosmopolita y sofisticada.

COMENTARIO FINAL

Como popular destino de playa, Veracruz presenta importantes tasas de afluencia turística en las temporadas vacacionales y las festividades locales promocionadas ampliamente. Durante Carnaval, Semana Santa, las vacaciones de verano y navideñas, el puerto atrae a gran cantidad de turistas que confluyen con diversos intereses. Algunos de ellos arriban con la intención de tener relaciones sexuales en un ámbito de anonimato; para otros, los encuentros sexuales son parte del conjunto de actividades de entretenimiento, y otros más aprovechan la gran concentración de personas para trabajar ejerciendo la prostitución. Para dar una idea del intenso intercambio erótico, tanto casual como comercial, que ocurre en estas temporadas, durante las fiestas de Carnaval del año 2011, se calculó una asistencia de 2.5 millones de turistas, y de éstos, 1.5 millones fueron de otros estados de México, sobrepasando la disponibilidad hotelera. La cantidad de preservativos que la Jurisdicción Sanitaria de Veracruz repartió gratuitamente a la población en general en esa ocasión llegó a los 1.1 millones de condones (SDP Noticias, 18-02-2011).

Por añadidura, la forma en que está organizado el turismo homoerótico comercial en el puerto de Veracruz responde a factores geográficos, históricos, económicos y políticos que han configurado dos espacios relativamente diferenciados de oferta y demanda de servicios sexuales, en una suerte de oposición entre lo local y lo global. Por un lado, encontramos la conformación de un territorio que se ha mantenido a lo largo de varios siglos gracias a la existencia de una antigua cultura portuaria. Cambian los escenarios y los actores, las tramas y los parlamentos, pero los espacios de prostitución se han arraigado en un proceso de larga duración de intercambios sexuales entre nativos y fuereños, antes viajeros, ahora turistas.

Aquí tiene lugar un tipo de sexoservicio callejero, ejercido por hombres jóvenes de estratos sociales bajo o medio bajo; algunos dedicados a ello como única ocupación, y otros combinándolo con diversas actividades generadoras de ingresos. Asimismo, su clientela está conformada por gente local o por turistas de escala regional o nacional, generalmente con un poder adquisitivo también

medio o medio bajo. Los discursos de estos trabajadores tienen todo el colorido local que trasuda los valores de un modelo de sexualidad androcéntrico, muy jerarquizado, focalizado en el falo y en el coito, el cual exige una masculinidad insaciable, predadora y dominante. Esto les permite expresar su adscripción a una identidad heterosexual o bisexual, refrendada por ciertos usos del cuerpo.

A diferencia del trabajo sexual de mujeres, que requiere de una gran visibilización en los lugares públicos y debe apelar a la sollicitación callejera para atraer la atención de la clientela (Kandel, 1992: 338), o del tipo transgénero que, o bien es imposible de ocultar, o bien se confunde con la modalidad femenina, este tipo de servicio se ofrece de manera soterrada y encubierta en la vía pública. La principal razón de ello se halla en la defensa de la identidad de género de clientes y trabajadores. En un contexto en el que el homoerotismo es devaluado y estigmatizado, el solicitar o brindar servicios homosexuales suele acarrear perjuicios a los involucrados si tales prácticas se hacen públicas. Esto implica el desarrollo de habilidades en un doble juego de conocimiento/reconocimiento lo suficientemente sutil para que pase inadvertido para otros, pero lo bastante explícito para anunciar que se ofrece o se busca un servicio sexual en un universo paralelo que se imbrica con la cotidianidad, pero que sólo es accesible a los entendidos.

Por otra parte, debido a la marginalidad del puerto de Veracruz como destino turístico internacional, hasta años muy recientes se ha desarrollado una infraestructura turística relacionada con la sexualidad, dirigida a mercados específicos con un mayor poder adquisitivo y más cosmopolita. Por ser una prostitución de interiores, el anonimato y la protección están relativamente asegurados. Asimismo, tanto los trabajadores como los clientes suelen adscribirse a una subcultura *gay* de tipo occidentalizado, cuyo eje gira en torno a deseos, orientaciones y prácticas homosexuales. Ello permite la asunción de posiciones identitarias más diversificadas entre los participantes.

El mundo del turismo sexual y la prostitución a él ligada tiene, sin duda, múltiples aristas que exigen su abordaje desde un enfoque interdisciplinario. Este trabajo ha intentado hacer converger aspectos geográficos, históricos y antropológicos para explicar la posibilidad de continuidades y transformaciones de su ejercicio en un territorio específico, como es el del puerto de Veracruz. Quedan, sin embargo, múltiples factores a explorar en un contexto en el que el trabajo sexual está altamente estigmatizado, pero que es también un *locus* donde las jerarquías sexuales y de género se invierten, donde existen relaciones de poder ambiguas y cambiantes, y donde entran en juego el deseo, el secreto, la fantasía, la prohibición y el goce (Córdova, 2003). En suma, el turismo sexual homoerótico es un *locus* de intensificación de eso que Foucault (1991) llamó “dispositivo de sexualidad”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aggleton, P.** (1999) "Men who sell sex. International perspectives on male prostitution and HIV/AIDS". Temple University Press, Filadelfia
- Altman, D.** (1996) "Rupture or continuity? The internalization of gay identities". *Social Text* 48: 77-94
- Altman, D.** (2001) "Global sex". The University of Chicago Press, Chicago
- Barffuson, R.** (en prensa) "De la marginalidad a la visibilización del deseo. Homosexualidad masculina en Xalapa, 1969-2005". Universidad Veracruzana, Xalapa
- Bellamy, J.** (1973) "Crime and public order in England in the later Middle Ages". Routledge and Kegan Paul, Londres
- Bliss, K.** (2001) "Compromised positions. Prostitution, public health, and gender politics in revolutionary Mexico City". The Pennsylvania State University Press, Pennsylvania
- Brandts, C.** (1998) "The fine art of regulated tolerance. Prostitution in Amsterdam". *Journal of Law and Society* 25(4): 621-635
- Cantú, L.** (2002) "De ambiente. Queer tourism and the shifting boundaries of Mexican male sexualities". *GLQ* 8(1-2): 139-166
- Clift, S. & Forrest, S.** (1999) "Gay men and tourists: Destination and holiday motivations". *Tourism Management* 20(5): 615-625
- Chow-White, P.** (2006) "Race, gender and sex on the net: Semantic networks of selling and storytelling sex tourism". *Media, Culture & Society* 28(6): 883-905
- Córdova, R.** (2010) "Parallel universes: Male sex trade in public spaces of Veracruz, México". En: Carr, N. & Poria, Y. (Eds.) *Sex and the Sexual During People's Leisure and Tourism Experiences*. Cambridge Scholars Publishing, Newcastle, pp. 35-55
- Córdova, R.** (2007) "The realm outside the law: Transvestite sex work in Xalapa, Veracruz". En: Baitenmann, H.; Chenaut, V. & Varley, A. (Eds.) *Decoding Gender. Law and Practice in Contemporary Mexico*. Rutgers University Press, Nueva Jersey, pp. 75-90
- Córdova, R.** (2005) "Vida en los márgenes: La experiencia corporal como anclaje identitario entre sexoservidores de la ciudad de Xalapa, Veracruz". *Cuicuilco* 12(34): 217-238
- Córdova, R.** (2003) "'Mayates', 'chichifos' y 'chacales': trabajo sexual masculino en la ciudad de Xalapa, Veracruz". En: Miano, M. (Comp.) *Caminos inciertos de las masculinidades*. INAH/Conacyt, México, pp. 41-161
- Corrales, L.** (1993) "Apuntes para la definición y concepto de turismo rural". Fundación Cultural Santa Teresa, Ávila
- D'Emilio, J.** (1999) "Capitalism and gay identity". En: Parker, R. & Aggleton, P. (Eds.) *Culture, Society and Sexuality. A Reader*. UCL Press, Londres, pp. 239-247
- De Moya, A. & R. García** (1999) "Three decades of male sex work in Santo Domingo". En: Aggleton, P. (Ed) *Men Who Sell Sex. International Perspectives on Male Prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Filadelfia, pp. 127-140

- Espronceda, E.** (2009) "Aprendices del cotorreo: el parque Zamora como espacio de aprendizaje y práctica del comercio sexual masculino en el puerto de Veracruz". Tesis de Licenciatura en Pedagogía, Universidad Veracruzana, Xalapa
- Flores Martos, J.** (2004) "Portales de múcar. Una etnografía del puerto de Veracruz". Universidad Veracruzana, Xalapa
- Ford, N.** (2003) "Book review: Tourism and sex: culture, commerce and coercion". *Tourism Management* 24(2): 228-231
- Foucault, M.** (1991) "Historia de la sexualidad I. La voluntad de saber". Siglo XXI, México
- Gallegos, O.** (2006) "Estructura territorial del corredor turístico Veracruz-Boca del Río, México, al inicio del siglo XXI". Tesis de Maestría en Geografía, UNAM, México
- García, B.** (1996) "Dinámica y porvenir del Puerto de Veracruz: crecimiento y transformaciones en el siglo XX". En: Antuñano, A. (Ed.) Veracruz. Primer puerto del continente. ICA/Fundación Miguel Alemán, Singapur, pp. 221-251
- Geertz, C.** (1995) "La descripción densa". En: Geertz, C. La interpretación de las culturas. Gedisa, Barcelona, pp. 19-40
- Gil Maroño, A.** (2002) "Vida cotidiana en Veracruz a fines del siglo XVIII". En: García, B. & Guerra, S. (Coords.) La Habana/Veracruz. Veracruz/La Habana. Universidad Veracruzana/Universidad de la Habana, México, pp. 115-132
- Hernández, P.** (2006) "El performance de las masculinidades de los strippers, go-go dancers y teiboleros de los antros 'exclusivos para hombres' de la ciudad de México". trabajo presentado en el Seminario Permanente de Género, Sexualidad y Performance, CINEY/ESAY/PUEG-UNAM, Escuela Superior de Artes de Yucatán, Mérida
- Kandel, M.** (1992) "Whores in court: Judicial processing of prostitutes in the Boston municipal court 1n 1990". *Yale Journal of Law and Feminism* 4: 329-352
- Khan, S.** (1999) "Through a window darkly? Men who sell sex to men in India and Bangladesh". En: Aggleton, P. (Ed.) Men Who Sell Sex. International Perspectives on Male Prostitution and HIV/AIDS. Temple University Press, Filadelfia, pp. 195-212
- List, M.** (2007) "¡El que no brinque es buga! Masculinidad e identidad gay". Tesis de Doctorado en Antropología, ENAH, México
- López, A.** (2013) "Trabajo sexual masculino en contextos turísticos de la Ciudad de México". En: López A. & Van Broeck, A. M. (Coords.) Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria. UNAM, México, pp. 135-180
- López, A.** (2001) "Análisis de la organización territorial del turismo de playa en México, 1970-1996. El caso de Los Cabos, BCS". Tesis de Doctorado en Geografía, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México
- Núñez, F.** (2002) "La prostitución y su represión en la ciudad de México (siglo XIX). Prácticas y representaciones". Gedisa, Barcelona
- Opperman, M.** (1999) "Sex tourism". *Annals of Tourism Research* 26(2): 251-266
- Perlongher, N.** (1999) "El negocio del deseo. La prostitución masculina en San Pablo". Paidós, Buenos Aires

- Poblett, M.** (1992) "Cien viajeros en Veracruz: crónicas y relatos". Gobierno del Estado de Veracruz, Veracruz
- Programa Sectorial de Turismo** (2013) "Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018". Gobierno de la República, México. Disponible en: http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/01/programa_turismo.pdf. Consultado el 24 de diciembre de 2014
- Ricoeur, P.** (1981) "The model of the text: Meaningful action considered as a Text". En: Thompson, J. (Ed.) *Hermeneutics and the Human Sciences: Essays on Language, Action and Interpretation*. Cambridge University Press, Cambridge, pp. 197-221
- Rossiaud, J.** (1987) "Prostitución, sexualidad y sociedad en las ciudades francesas en el siglo XV". En: Fox, R; Foucault, M.; Veyne, P.; Ariès, P.; Pollak, M.; Rossiaud, J.; Flandrin, J-L.; Béjin, A. & Lafont, H. *Sexualidades occidentales*. Paidós, México, pp. 123-151
- Schifter, J. & Aggleton, P.** (1999) "Cacherismo in a San José Brothel. Aspects of male sex work in Costa Rica". En: Aggleton, P. (Ed.) *Men Who Sell Sex. International Perspectives on Male Prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Filadelfia, pp. 141-158
- SDP Noticias** (2011) "Repartirán un millón de condones durante el carnaval en Veracruz". <http://www.sdpsnoticias.com/local/veracruz/2011/02/18/repartiran-un-millon-de-condones-durante-el-carnaval-en-veracruz>. Acceso el 20 de mayo de 2011
- Szasz, I.** (2007) "Sins, abnormalities, and rights: Gender and sexuality in Mexican Penal Codes". En: Baitenmann, H.; Chenaut, V. & Varley, A. (eds.) *Decoding Gender. Law and Practice in Contemporary Mexico*, New Brunswick. Rutgers University Press, New Jersey, pp. 59-74
- Van Broeck, A. & López, A.** (2013) "Aspectos teóricos del turismo asociados con la sexualidad y el homoerotismo". En: Van Broeck, A. & López, A. (coords.) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. UNAM, México, pp. 19-47
- Vargas, S. & Alcalá, B.** (2013) "Aspectos territoriales de la prostitución masculina vinculada al turismo sexual en Acapulco". En: Van Broeck, A. & López, A. (Coords.) *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. UNAM, México, pp. 227-260
- Weeks, J.** (1993) "El malestar en la sexualidad. Significados, mitos y sexualidades modernas". Talasa, Madrid
- Winkler, J.** (1994) "Las coacciones del deseo. Antropología del sexo y del género en la antigua Grecia". Manantial, Buenos Aires
- Wonders, N. & Michalowski, R.** (2001) "Bodies, borders, and sex tourism in a globalized world: A tale of two cities --Amsterdam and Havana". *Social Problems* 48(4): 545-571
- Zats, N.** (1997) "Sex work/sex act: Law, labor, and desire in constructions of prostitution". *Signs* p22(2): 277-308

Recibido el 31 de diciembre de 2014

Reenviado el 22 de febrero de 2015

Aceptado el 05 de marzo de 2015

Arbitrado anónimamente

ASPECTOS TERRITORIALES DE LA PROSTITUCIÓN MASCULINA VINCULADA AL TURISMO SEXUAL EN ACAPULCO

Salvador Yolocuauhtli Vargas*

Brenda Alcalá**

Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad de México, México

Resumen: Uno de los centros turísticos con mayor tradición en la historia de México y primer destino de playa hoy día en el país, Acapulco contiene una serie de espacios en los que convergen la diversidad sexual y el homoerotismo, en los que pueden encontrarse varones que ofrecen sus servicios a otros varones. Este artículo aborda la relación del turismo con el sexoservicio entre varones en Acapulco a partir de la visión de los trabajadores sexuales, desde un enfoque espacial, destacando las características y diversas funciones de los espacios cerrados y abiertos en las prácticas homoeróticas en venta.

PALABRAS CLAVE: turismo sexual, prostitución masculina, Acapulco.

Abstract: Territorial Aspects of the Relationship between Male Prostitution and Sex Tourism in Acapulco. Traditionally one of the main tourist resorts in Mexico, and today the first of beach destinations in the country, Acapulco offers various spaces where sexual diversity and homoeroticism converge, and where sex for men with other men is readily available. This article discusses the relationship between tourism and sex work among men in Acapulco from the point of view of sex workers and from a spatial perspective. The emphasis is on the features and functions of these closed and open spaces, in relation to the homoerotic practices for sale.

KEY WORDS: sex tourism, male prostitution, Acapulco.

INTRODUCCIÓN

Considerado uno de los centros de playa con mayor tradición turística y también uno de los destinos predilectos de la comunidad *gay*, Acapulco ofrece hoteles bares, discotecas, cantinas y otros establecimientos “*gay-friendly*” (término, según Castañeda [2006], empleado para designar aquellos establecimientos que además de atender a todos los segmentos del mercado turístico, se preocupan por cuidar los intereses y necesidades de la comunidad *gay*). En dichos establecimientos los hombres *gay* pueden expresar su homoerotismo sin pudor ni temor de represión o veto. La presencia en estos lugares de sexoservidores que satisfacen las necesidades de placer, deseo y compañía de los turistas y de habitantes locales, complementa esta oferta.

* Geógrafo de la Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. Se desempeña como autor, editor y revisor técnico de libros de texto de Geografía para la educación básica y nivel medio superior. E-mail: yolocuauhtli@gmail.com

** Maestra en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México, México. Es doctoranda en Geografía de la División de Estudios de Posgrado de la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. E-mail: dotsinha@hotmail.com

Este estudio se centra en los aspectos territoriales de las relaciones entre sexoservidores y turistas. El análisis parte de una revisión del contexto histórico y turístico de Acapulco con el fin de destacar su importancia como destino de playa nacional e internacional; en seguida se ofrece una tipología de los lugares que recorren los sexoservidores para llevar a cabo sus encuentros homoeróticos; y finalmente se analiza el proceso de “iniciación” del sexoservidor, las relaciones que establece con el turista/cliente y los vínculos afectivos que surgen de estas relaciones.

METODOLOGÍA

El trabajo se apoya en las investigaciones sobre prostitución masculina de Azaola (2000), Azaola & Richards (2003) y Cantú (2002); así como en el reportaje de Díaz (2002) para la revista *Proceso* y en páginas de Internet y guías turísticas orientadas al público *gay*. Los datos de campo se obtuvieron mediante 13 entrevistas a sexoservidores en sus distintos lugares de trabajo: siete de la calle, dos *strippers*, dos masajistas y dos “*call boys*” (sexoservidores contratados vía telefónica a través de una agencia que se anunciaba en el diario *Novedades Acapulco*, 2006). Además, se entrevistó a tres personas que tienen contacto con los sexoservidores y se obtuvo información de cinco personas que trabajan en cuatro instituciones de gobierno y organizaciones no gubernamentales contra el VIH: el Centro de Salud del municipio, el Centro de Desarrollo Integral para la Familia (DIF), Acasida y el Grupo de Apoyo a personas con VIH (Gavih). La visita a los lugares que frecuentan los trabajadores sexuales entrevistados permitió hacer un análisis de los espacios en los que el sexoservicio masculino se vincula con el turismo.

CONTEXTO HISTÓRICO-TURÍSTICO DE ACAPULCO

La ciudad y puerto de Acapulco se localiza en la bahía de Santa Lucía, en el estado de Guerrero. Como destino turístico, Acapulco ofrece no sólo atractivas playas sino toda una gama de servicios accesibles a diferentes estratos socioeconómicos, una gran diversidad de actividades recreativas y culturales y una vida nocturna muy activa. El puerto es un polo de atracción del turismo nacional e internacional (Dirección General de Turismo Municipal Acapulco, 2008; Propin & Sánchez, 2007).

La ciudad se ha dividido en tres zonas turísticas: el Acapulco Tradicional, el Acapulco Dorado y el Acapulco Diamante. Con el turismo nacional surgieron los primeros hoteles de alta categoría, así como bungalós, casas de huéspedes, balnearios, restaurantes y otros negocios, y se asfaltaron las calles de arena y piedra (Ruíz, 1992; Carrascal & Pérez, 1998; Servín, 1998).

El Acapulco Tradicional concentra los atractivos culturales más importantes, como la basílica de Nuestra Señora de la Soledad, el zócalo, el fuerte de San Diego y el Museo de la Máscara; además de antiguas residencias, comercios de importancia local, hoteles accesibles a turistas con ingresos medios y bajos y un equipamiento para la recreación que incluye el Club de Yates, La Quebrada y el Parque Papagayo. Por su cercanía con la terminal marítima, esta zona recibe turistas extranjeros que

llegan en los cruceros y visitan estos atractivos culturales (Inegi & Secretaría de Turismo, 1999; Valenzuela, 2008; Ruíz, 1992; Sánchez & Propin, 1999).

El Acapulco Dorado surgió con el proceso de internacionalización y masificación del puerto hacia fines de la Segunda Guerra Mundial, la infraestructura turística y de servicios básicos se extendió hacia las playas Hornitos, La Condesa e Icacos, y se construyó el actual aeropuerto internacional. Durante este periodo predominó la inversión privada de las grandes cadenas hoteleras estadounidenses como Hilton, Hyatt, Marriot, Best Western y Sheraton, las cuales se aliaron con las líneas aéreas para ofrecer los primeros paquetes turísticos con transporte y alojamiento incluidos. A la par de la construcción hotelera comenzó también la diversificación de la oferta de restaurantes, bares, discotecas y clubes (Valenzuela, 2008; Inegi & Secretaría de Turismo, 1999; Carrascal & Pérez, 1998; Escudero, 1997; Ruíz, 1992; Ramírez, 1986).

Esta zona es la más dinámica del puerto y cuenta con el mayor número de turistas, una gran cantidad de comercios y servicios orientados a consumidores de clase alta y media y una gran derrama económica. A diferencia del Acapulco Tradicional, los hoteles aquí son altas torres, conjuntos de condominios, centros comerciales tipo “mall” y sitios de recreación como el parque acuático Cici y el Planet Hollywood (Inegi y Secretaría de Turismo, 1999; Sánchez & Propin, 1999; Ruíz, 1992; Valenzuela, 2008).

El Acapulco Diamante, que abarca desde la glorieta Icacos hasta el aeropuerto internacional, es resultado de un esfuerzo por reposicionar al puerto como destino turístico de primer orden. Esta zona alberga complejos hoteleros muy amplios de clase “gran turismo” y de “cinco estrellas” que pueden incluir, además del hospedaje, campos de golf, grandes albercas, lagos artificiales y spas (Valenzuela, 2008; Carrascal & Pérez, 1998; Ruíz, 1992; Sánchez & Propin, 1999). Sus atractivos turísticos incluyen la Carretera Escénica, el área residencial Las Brisas, Punta Diamante, Puerto Marqués y las playas Pichilingue, Diamante y Revolcadero.

Durante los años 2010-2013, Acapulco fue el segundo destino turístico más importante del país después de la Ciudad de México, con más de cuatro millones de turistas al año, de los cuales 97 por ciento fueron turistas nacionales. Respecto al turismo internacional, ocupa la décima posición entre los destinos de playa de México y la decimoquinta posición de la lista considerando los destinos coloniales y urbanos, ya que recibe poco más de 130 mil turistas extranjeros (Secretaría de Turismo, 2014).

Asimismo, en este mismo periodo ha ocupado de forma constante la cuarta posición como el destino turístico con mayor disponibilidad de cuartos, después de la Ciudad de México, Cancún y la Riviera Maya (Akumal, Playa del Carmen, Playacar y otros); el tercer lugar de cuartos ocupados por nacionales, después de la Ciudad de México y Guadalajara; así como la decimocuarta posición en habitaciones ocupadas por extranjeros (Secretaría de Turismo, 2014).

EL TURISMO SEXUAL EN ACAPULCO

Acapulco tiene una tradición de sexoservicio que se remonta a la llegada de los españoles y ha cambiado conforme al contexto económico e histórico. El surgimiento de este puerto mercante enlazado con el Oriente propició la presencia de diferentes grupos étnicos. En los galeones viajaban soldados y reos de origen europeo (neerlandeses, británicos, españoles) y asiáticos (japoneses, chinos, filipinos), algunos de los cuales incurrían en prácticas homoeróticas y eran acusados de bigamia y brujería (Sales, 1998a y 1998b; Novo, 1996; Castrejón, 1989).

La importancia de Acapulco como bastión militar durante el siglo XIX introdujo otro componente importante para el desarrollo de la prostitución en el puerto. Como afirma Seguardo (2002) los militares y marinos son un mercado potencial para el sexoservicio debido a la abstinencia a la que están sujetos en su lugar de trabajo, y los prostíbulos, comúnmente ubicados lo más próximo a la base militar o el puerto, son considerados espacios de fuga para el desahogo sexual. Así pues, previo a su auge turístico, Acapulco ya contaba con burdeles y casinos.

Aunque no existen testimonios de la evolución de la prostitución en el puerto, en su artículo “Acapulco, paraíso sexual infantil”, publicado en la revista Proceso, Díaz (2002) identifica los lugares en los que se prostituyen los menores, los costos de sus servicios y las investigaciones que realizan organizaciones no gubernamentales y el DIF sobre la explotación sexual infantil y la complicidad de las autoridades.

Al igual que Los Cabos, Puerto Vallarta y Cancún, Acapulco se ha convertido en uno de los centros turísticos de playa preferidos por la población *gay* (Sánchez & López, 2000) y se promociona a través de agencias turísticas nacionales y extranjeras, el Internet y publicaciones orientadas a esa comunidad. En Internet y en las publicaciones de la comunidad *gay* aparecen inventarios de hoteles, discotecas, bares y sitios de playa *gay* y *gay-friendly*, lugares de ligue y las maneras de establecer contacto con la población local y con personas que ofrecen servicios diversos.

ASPECTOS TERRITORIALES DE LA PROSTITUCIÓN MASCULINA EN ACAPULCO

Se identificaron dos áreas frecuentadas por los sexoservidores para contactar clientes entre los turistas: el zócalo y sus alrededores, y la Playa Condesa y lugares adyacentes.

El zócalo

Según Ricardo Tapia, Coordinador de la campaña de prevención del Grupo de Apoyo con VIH (Gavih) el zócalo, una explanada compuesta por un kiosco y unas jardineras alrededor de las cuales se concentra una gran cantidad de negocios de alimentos y artesanías, es el lugar que los

sexoservidores frecuentan para encontrar clientes en el Acapulco Tradicional. Algunos encuestados declararon que aquí tuvieron su primer encuentro sexual con una persona de su mismo sexo.

Aunque predominan los clientes locales algunos entrevistados declararon encontrar clientes entre los turistas. Adrián, sexoservidor del zócalo, señala que ahí la gente come a las tres pero después salen algunos clientes y quieren tener sexo con un hombre. Por su parte, Nico, *stripper* de la discoteca Picante, afirma que la mayoría de los canadienses, estadounidenses y “chilangos” (habitantes del Distrito Federal) que buscan tener un encuentro *gay* llegan al zócalo por el malecón. Finalmente, un comerciante que sirve como enlace entre sexoservidores y clientes describió lo siguiente:

Cuando llegan extranjeros, lo primero que hacen es preguntar dónde pueden encontrar chamacos. Hay unos que quieren mayores, otros quieren menores de edad. La Rebanada es un restaurante con mesas afuera y el dueño es una persona extranjera. Llega mucho gringo por la comida que preparan, y también canadiense, así como todo tipo de extranjeros de los que viven aquí; ahí se concentran. Hay otro lugar llamado La Placita, ahí va mucho “mayate” [...] aquí se le llama mayate al que se mete con un maricón. Ahí les venden cerveza, y se sientan todos los maricones a beber, mientras que los otros [sexoservidores] están más abajo, entonces se empiezan a echar el ojo y hacen sus conectes. Al zócalo viene toda clase de turistas; cuando es turista extranjero paga más [100 dólares] y cuando es nacional o gente local [doscientos o trescientos pesos -18 ó 27 dólares-] más o menos, y ya saben la tarifa; en cambio, el extranjero no (Aldo, 45 años de edad, comerciante e informante).

Durante las vacaciones de Semana Santa, de verano y decembrinas, en el zócalo predominan los clientes nacionales; en septiembre predominan los extranjeros que llegan en los cruceros y en abril y mayo los llamados “*spring breakers*”. La territorialidad de la prostitución masculina en este espacio abierto se construye a partir del desplazamiento de sexoservidores y clientes entre las jardineras y las señales que intercambian entre ellos para evidenciar el deseo homoerótico, como juegos de seducción y flirteo previos al acto sexual tales como las miradas y el lenguaje corporal (movimientos de manos y piernas, la forma de caminar) y algunas señas sexuales discretas.

Acompañados de sonrisas y gestos, el lenguaje corporal y las miradas permiten medir el grado de atracción mutua. Esto tiene que hacerse del modo más discreto posible.

Aquí la clave es que las personas que se dedican a esto, que andan aquí día y noche, llegan ofreciendo un masaje. Se lo ofrecen tanto a los homosexuales como a las mujeres. Ven que viene un grupo de mujeres y les dicen “¿quieres un masaje?” Pero todo es mentalmente, las mujeres ya lo saben; el hombre ya sabe que le ofrecen un masaje y es para ir a la cama. Y esas personas que andan en eso, andan nomás cazando los grupos de mujeres o los homosexuales... los están esperando (Aldo, 45 años de edad, comerciante y contacto).

Para José Luis, otro informante, la mirada es lo más importante: “*si le ponen el ojo al chile [al pene], ahí se ve que quieren algo*”. Según él, los clientes nacionales son más aventados, con los extranjeros existe la barrera del idioma y a veces no se sabe qué es lo que quieren. Esto es una desventaja porque el extranjero regularmente paga mejor, alrededor de setenta dólares, y a veces hasta mil pesos (90 dólares) o más, mientras que el nacional gasta cuando más 500 pesos (45 dólares).

A los sexoservidores que sólo asumen un rol activo en la relación homoerótica se les conoce como “mayates”. Son varoniles y su masculinidad forma parte de su atractivo. Algunos sexoservidores adoptan una actitud hipermasculina que raya en la agresividad, no se les puede identificar como homosexuales y no están dispuestos a asumir un rol “femenino” en la relación sexual. Estos hombres son conocidos como “chacales”. Aunque todos los “chacales” entrevistados declararon preferir las relaciones sexuales con mujeres y algunos tienen hijos y esposa, otros informantes aseguran que en la intimidad su conducta es variable.

Los sexoservidores no están solos en el negocio. Cuentan con contactos que les ayudan a establecer el vínculo con sus clientes, ya sean turistas o locales. Muchos de los que operan en el zócalo se dedicaron al sexoservicio en algún momento de su vida y conocen la dinámica. Es el caso de un comerciante que no quiso dar su nombre:

Hay personas que ya están grandes y que se han dedicado a prostituirse, pero ahora ya no les hacen caso, por lo que [...] se dedican a poner jóvenes que vienen a eso, a prostituirse. Ellos hacen los conectes con personas que convivieron con ellos cuando fueron jóvenes (Aldo, 45 años de edad, comerciante y contacto).

El comerciante dijo también que en esa playa es común que asalten y roben a cualquier persona que se encuentre en estado de ebriedad, y que los sábados es común encontrar muchas mujeres jóvenes y maduras, así como “maricones” vestidos de mujeres. Anteriormente, la Zona Rosa se encontraba rumbo a Pie de la Cuesta.

José, un bolero del zócalo, relata que un turista “gabacho” (estadounidense) le pidió que le consiguiera un niño, a lo que él se negó, por lo que el cliente recurrió a otra persona que atendiera su solicitud. A decir de este informante, los niños que son enganchados en el negocio pueden vivir de la calle o ser estudiantes que salen de la escuela.

La Plaza del Mariachi

Otro lugar cercano al zócalo donde se ejerce la prostitución masculina es la Plaza del Mariachi, un bar frecuentado por la población local y recomendado en Internet a los turistas de la comunidad gay (nacional e internacional) como lugar de ambiente y ligue donde es posible conseguir marineros,

travestis y hombres “*straight*” (no *gay*) (Angelfire, 2012; Csdinformatica.net, 2015; Cruisinggays.com, 2015). El lugar es atendido por meseras y por ficheras que se ofrecen para bailar. Parece tratarse de un lugar para hombres que desean bailar y pasar un buen rato con mujeres disponibles, pero conforme avanza la noche en las mesas más recónditas del bar, cerca de los sanitarios, es posible ver varones afeminados y “chacales” que con miradas penetrantes e insistentes buscan conseguir un “ligue” o un cliente. El lugar destinado para practicar al menos una felación es el sanitario de los hombres. El sitio es considerado como de alto riesgo por la posibilidad que tiene el visitante de contraer alguna enfermedad de transmisión sexual o de ser asaltado y sufrir alguna agresión física a causa de un desacuerdo con el compañero sexual.

En ocasiones surge la idea de ir a tomar otra copa en otro lugar, a veces porque de alguna manera no te iba a gustar eso [la relación homoerótica], debido a que su tendencia sigue siendo más heterosexual, cuando le entra la “conciencia” reacciona y surge la violencia. (Ricardo Tapia, coordinador de Gavih).

Recomendado como sitio para conocer hombres de aspecto varonil y renombrado por ello como “La Plaza del Mayate”, el lugar forma parte del circuito que recorren los sexoservidores, especialmente en temporada baja cuando es más difícil conseguir clientes en otras partes.

Del zócalo a la Avenida Cuauhtémoc

En las inmediaciones de la avenida Cuauhtémoc, muy cerca del zócalo, entre locales comerciales y puestos ambulantes se ubican bares, cantinas, billares y cantabares (como El Embarcadero, el Casablanca, El Pulpo, El Galeón, Las Puertas, El Cubo, el Puerto Rico, el Kaos, el Toxic, La Victoria y El Picapiedra) que forman parte del circuito nocturno de los trabajadores sexuales, normalmente hacia las horas de la madrugada. Aparentemente orientados a una clientela heterosexual, estos sitios son frecuentados por sexoservidores que se jactan de “ligar” heterosexuales.

Otros lugares de encuentro considerados sitios óptimos para practicar el sexo oral son el Cinema Dorado 2000 (que proyecta películas pornográficas), los baños sauna San Carlos y los sanitarios públicos del mercado Parazán, conocidos como Baños Tepito. En el análisis que hace Juliano (2000) del deterioro de los centros indica:

Cuando los centros son deteriorados por el tiempo, por reacomodo o sustitución de funciones, éstos son abandonados y la población con escasos recursos accede a ellos a través de una infiltración. De esta forma, personas con pocos recursos o con alguna identidad marginada forma un enclave en estas zonas céntricas como los que ejercen la prostitución en calles y barrios específicos, olvidados y marginados (Juliano, 2000: 110-111).

La Condesa

El otro sitio frecuentado por los sexoservidores es Playa Condesa, en el Acapulco Dorado. Integrada por una porción de playa, otra rocosa, la avenida Costera Miguel Alemán, los hoteles *gay-friendly* y una amplia área de influencia con servicios de hospedaje y de entretenimiento nocturno para la comunidad *gay*, La Condesa concentra una gran cantidad de bares, restaurantes, comercios y centros de diversión a precios accesibles (como Disco Beach, Mangos y Barbarroja, y el trampolín conocido como “*bungee*”). El turista llega a La Condesa sabiendo que es un lugar para tener encuentros sexuales.

Algunos entrevistados afirman que en los años 70 del siglo pasado, cuando Acapulco estaba en su mayor auge turístico, Playa Condesa era el espacio preferido por los artistas del espectáculo nacional e internacional y que posteriormente surgió como lugar predilecto de la población *gay*.

El ambiente de permisividad sexual que prevalece hoy en esta playa parece haber iniciado con las nuevas prácticas y costumbres que un creciente número de visitantes extranjeros se encargó de introducir. Por ubicarse en la Zona Dorada de la ciudad La Condesa es una de las playas más caras, tanto en la renta de las palapas como en el consumo de bebidas y alimentos.

Adyacente a La Condesa hay una pequeña playa privada que atrae a aquellos visitantes que buscan una aventura sexual. Separada de la playa principal por un promontorio natural de piedra que hace las veces de filtro (y de elemento simbólico del homoerotismo para la población homosexual masculina) este espacio privado poco vigilado es invisible desde los hoteles aledaños, la playa principal o la avenida, por lo que es fácil que en él se cometan atracos y otros ilícitos.

Entre las siete y las ocho de la noche, en las rocas y Playa Condesa hay mucho movimiento. A raíz de eso empezó a haber mucho sexoservicio por parte de los jovencitos, pero últimamente bajan mucho los preventivos [policías]. Aquí llegan muchos chichifos que se hacen pasar como que son del cotorreo, pero son chichifos. En los lugares donde te puedes esconder, entre las piedras o las plantas, es posible que te asalten. El riesgo y la peligrosidad siguen siendo el mismo, y eso no ha cambiado, aunque esto afecta la imagen turística de Acapulco (Fernando Díaz, coordinador de campaña, Acasida).

Para Córdova (2003) el *chichifo* se caracteriza por establecer relaciones más o menos duraderas con algunos de los clientes, quienes les proporcionan regalos, dinero en efectivo y, a veces, vivienda, a cambio de cierta exclusividad sexual. La referencia de Córdova explica una de las varias modalidades del sexoservicio masculino, aunque en el lenguaje popular es muy común que el término se use como sinónimo de sexoservidor.

También Carlos, quiropráctico que ofrece además sus servicios sexuales, asegura que en las rocas es muy común que roben, asalten y golpeen a los turistas durante la noche, incluso con armas de fuego, y que en ocasiones son los mismos sexoservidores o los policías los asaltantes. A pesar de todo esto, Playa Condesa es uno de los sitios predilectos de los sexoservidores en busca de turistas nacionales o internacionales.

Uno de los negocios más importantes en esta playa es el de La Güera, conocido establecimiento de ambiente *gay* atendido ahora por la hija mayor de su célebre dueña. Desde este restaurante y bar de playa es posible observar parejas de varones ocultas entre las rocas y hombres solos de esbeltos cuerpos que en diminutos trajes de baño deambulan en dirección a la barrera rocosa. Mariah, mesera del negocio, invita a los hombres que pasean por la playa a ocupar una de las palapas, y al tiempo que les sirve un trago o un platillo se gana su confianza para ofrecerles sus servicios como contacto, presuntamente seguro, con algún sexoservidor.

Conozco un chico, okey, yo te presento a un chico buena onda [...] si quieres yo te lo traigo, si te gusta bien y si no, nada más dices "gracias", y ya. Te pones de acuerdo tú con él, cuatrocientos, o lo que tú quieras dar. Si te gusta, adelante, okey [...] No te voy a presentar un chico que te robe, te amarre, te golpee en el baño y todo, no, no. Yo te voy a presentar a un chico que sea buena onda y que al otro día tú vengas y me digas "¡estuvo fabuloso!", para que vengas otra vez conmigo (Mariah, mesera y contacto).

Una vez hecho el enlace se establece un contrato sustentado en la buena fe de ambas partes para que todo salga sin problemas y el cliente se vea invitado a volver. Como sucede en el zócalo los contactos cobran una comisión por la protección que ofrecen al cliente contra las malas intenciones de algunos sujetos.

La predilección de los turistas *gay* por este lugar propició la instalación, al otro lado de la Costera Miguel Alemán, de hospedajes exclusivos con atención preferencial a los turistas *gay* y sus acompañantes. Entre los hoteles más conocidos están Palace, Casa Condesa, Surcase, Casa Caracol y Las Palmas (Angelfire.com, 2012). Sobre la Costera se ubican algunos hoteles *gay-friendly*, como Copacabana, Acapulco Tortuga, Romano Palace y Fiesta Americana Condesa-Acapulco. En el cruce de la Costera Miguel Alemán se ubican negocios de entretenimiento nocturno para este sector, como las discotecas Moons, Demas y Savage. En las calles aledañas se localizan otras discotecas, como Picante (de mayor tradición) y Evolution (antes Relax).

Casa Condesa es ocupado por homosexuales que tienen más billete; los sexoservidores que visitan el lugar pueden cobrar hasta ocho mil pesos (725 dólares). Para los de ingresos más bajos pueden ir a los antros, donde los sexoservidores pueden cobrar de 50, 100 o hasta mil (4,5; 9 ó 90 dólares). Y es muy lógico que según la apariencia económica del cliente se le cobre (Fernando Díaz, coordinador de campaña de Acasida).

Las discotecas de La Condesa

Las discotecas Moons, Demas y Savage pertenecen al mismo dueño. La primera es amplia, tiene una pista para los *strippers* y otra para el público en general, y privados para la contratación de servicios personales. Los *strippers* son el centro de atracción, bailan en la pista y algunos se exhiben mientras se duchan acariciándose el cuerpo, moviéndose de forma sensual y seduciendo a los clientes. Demas se llena de gente local y de turistas que van a bailar los fines de semana. Aunque tiene una barra donde bailan los *strippers*, éstos reciben poca o nula atención de los clientes. El lugar es amplio, cobra “cover” y cuenta con un cuarto oscuro. Por último, Savage atrae mucha clientela por su show travesti “internacional” con caracterizaciones de artistas de lengua hispana e inglesa. El lugar es pequeño en comparación con los dos anteriores y aunque cobra cover, siempre está moderadamente lleno. En la esquina de la Calle de los Deportes y la Costera está Cabaretito Beach. Los sexoservidores frecuentan todos estos lugares pero a diferencia de los *strippers*, con quienes compiten por los clientes, no tienen horario fijo, no son controlados por los dueños y no reciben un sueldo. José Luis, que trabaja en la calle, dice preferir Demas a partir de las 11 de la noche; Noé las discotecas de La Condesa y del zócalo, desde Disco Beach hasta Mangos, sobre la Costera, entre las 11 y 12 de la noche; y McGyver dice que el lugar que visita con mayor frecuencia es Demas.

La dinámica de ligue y contrato que tienen los sexoservidores de la calle al interior de una discoteca es muy distinta a la de los *strippers*. Sexy, otro sexoservidor de la calle, afirma que los *strippers* cuidan mucho su apariencia física. Es evidente que los *chichifos* (como él se define) no suben a bailar a la pista o a las barras, sino que se la pasan dando vueltas y cobran la mitad de lo que cobra un *stripper*. No obstante, el *chichifo* gana más, ya que en un día puede obtener dos, tres o hasta cuatro clientes en distintos lugares (la playa, el zócalo, otra discoteca), mientras que el *stripper* sólo uno y si le va bien, obtener hasta mil pesos (90 dólares).

Comparando los oficios del “chippendale” y del *stripper*, Nico señala que mientras el primero no se desnuda, trabaja para mujeres principalmente, no es señalado ni estigmatizado por la sociedad y no necesita ligar para obtener un ingreso, el segundo se desnuda y para ligar necesita tener erecto el pene mientras baila, hacer privados y “fichar” (ser contratado para bailar en un privado). Es decir, se ve obligado a hacer más cosas. Josua, otro *stripper* que fue *chippendale*, añade que aunque el *stripper* obtiene mayores ganancias cuando hay clientes, el *chippendale* puede trabajar en otros lugares y obtiene de 200 a 300 pesos (18 a 27 dólares) por cada presentación, más propinas, por lo que en una noche pueden llegar a obtener 800 o hasta mil pesos (73 o hasta 90 dólares).

En las discotecas se observó que los meseros se acercan a conversar con los clientes y, si el agrado es mutuo, les ofrecen su compañía a la salida del trabajo a cambio de dinero u otro regalo. Al parecer, el único requisito para ser contratado como *stripper* es ser mayor de 18 años.

Hoy en día ya no hay requisitos sino la labia que tengas. Ya no necesitas tener buen físico o ser muy guapo, simplemente ser agradable al cliente; que tú le gustes al cliente, porque al final de cuentas el que te contrata es el cliente, no el dueño. Porque si tú, por muy chaparrito o muy feíto que estés, tienes buenos clientes, das a ganar a la casa y te tienen en la disco. Antes, sí se decía que fueras alto, de buen físico, pero ya no (Nico, 24 años de edad).

A pesar de que Nico y Josua aseguran que la apariencia física no es requisito, ciertas habilidades son indispensables, como ser desinhibido para exhibir los genitales, mantener erecto el pene mientras se baila, tener disposición de bailar en el momento en que el dueño o el cliente lo soliciten (en la pista o en un cuarto privado), mostrar facilidad, agrado y simpatía para relacionarse con los clientes y hacer que éstos consuman bebidas y permanezcan largo tiempo en el lugar. Conforme el *stripper* adquiere experiencia, puede cotizarse en otras discotecas y aspirar a recibir una mejor paga.

Entre más chavos tenga [el dueño de la disco], más va a ganar él, y cuando piden físico es ya como un sueldo que uno lo exige: “me vas a pagar tanto o cómo nos arreglamos”; en cambio [si llega] un chavo normal [...] que no hace ejercicio pues “sí, súbete a bailar, te voy a pagar tanto”, para él está bien. Así yo entré y me pagaban 100 pesos [9 dólares] [...]. Cuando me fui metiendo más, me puse a hacer ejercicio y fue cuando empezaron a salir más contratos y ya es otro ingreso (Josua, 23 años de edad).

Parece ser que la apariencia física es más una preocupación del trabajador por los beneficios que de ella pueda llegar a obtener, que una exigencia de su patrón. También son importantes ciertos accesorios que ayudan a mejorar la apariencia como los pantalones entallados, la loción, las botas y la ropa interior.

No nada más [importa] cómo llegues vestido; adentro, en el trabajo, tienes que comprarte botas, tanga, hacer cambiar tu ropa, que no salgas con el mismo calzón toda la semana o las mismas botas, también tienes que cambiar (Nico, 24 años de edad).

A diferencia de lo que sucede en el zócalo o en la playa, en las discotecas el contacto entre los *strippers* y los clientes se da de manera directa, a invitación expresa del cliente a sentarse a la mesa y tomar una copa, o a instancias del *stripper*, quien, por ejemplo, se acerca a la mesa con el pretexto de pedir fuego para encender su cigarrillo. A la pregunta de ¿cómo identificas a un cliente?, un entrevistado responde:

Pues sencillo, porque ellos a veces te llaman o se te quedan viendo y “buenas noches me regalas un cigarro”, y les empiezas a hacer plática, y ya solitos dicen “¿quieres una copa?” [...] Te vas relacionando con él poco a poco, hasta que te preguntan: “¿y qué hacen en los privados?” o “¿hay privados?” o “¿tienes servicios?”. “Ah, sí, te cobro tanto de esto o por tanto dinero hago esto o también esto”, o te dicen: “¿sabes?, no te quiero para mí, te quiero para un amigo, para una fiesta”;

es que nunca sabes qué te van a solicitar... o nada más quieren estar contigo y ya (Nico, 24 años de edad).

Durante la conversación se revelan las intenciones del cliente y la oportunidad del *stripper* de obtener ganancias, y se establecen las condiciones y las tarifas.

La contratación de un *stripper* ofrece al cliente cierta seguridad y algunas ventajas. A diferencia de los sexoservidores de la calle (que suelen infiltrarse y operar también en las discotecas), los *strippers* están sujetos a un control sanitario y poseen un documento de registro conocido como “cárdex”, expedido por la Secretaría de Salud Municipal y que en ocasiones emplean para poder entrar a hoteles y otros establecimientos. Poseedores por lo general de atributos físicos muy atractivos, estos trabajadores sexuales muestran un comportamiento profesional. Todo esto hace que cobren más por un servicio sexual que quienes trabajan en la calle. Quien contrata a un sexoservidor de la calle no sólo se expone a mayores riesgos, sino tiene muy poca garantía de satisfacer sus deseos y necesidades eróticas. Los *strippers* procuran evitar contratarse fuera de las discotecas.

El sexoservicio de la calle en el Acapulco Dorado

Sobre la Costera han proliferado los sitios de prostitución masculina que, dirigidos a la clientela que sale de las discotecas *gay*, operan después de la medianoche y cierran al amanecer. Cuadras adelante están los travestis ofreciendo sus servicios.

Los fines de semana, a partir de la medianoche, el ambiente *gay* de esta zona está en su apogeo, y es común ver grupos de chicos divirtiéndose mientras esperan a un cliente previamente contactado en una discoteca o atraen a un transeúnte. Aunque es difícil identificar a un sexoservidor desde el automóvil, si uno recorre la avenida a pie se observan chicos ligando desde el Demas hasta la discoteca Paradise.

Por la Costera, alrededor de las ocho o las nueve, hasta las tres o cuatro de la mañana, hay jovencitos de 15 y 18 años que se dedican a esto; tienen su cuota y diario están ahí. En ocasiones se pelean por el lugar los que ya tienen experiencia con los que apenas están iniciando, porque estos últimos obtienen más clientes. Ahora es común ver mucho chamaquito [entre 14 y 16 años] y jotitas [en alusión despectiva a varones amanerados]; esto es lo que predomina. Hace tiempo [entre 20 y 25 años atrás] había hombres más viriles, cueros de hombre (no se veía gente obvia) bien dotados, y se veía mucha gente del ambiente artístico (Fernando Díaz, coordinador de campaña de Acasida).

El coqueteo y la amabilidad con el cliente son importantes, y algunos sexoservidores de la calle hacen uso de su creatividad y de otros recursos para llamar su atención. Carlos, por ejemplo, recorre esta zona de la Costera en patines ofreciendo por las tardes un masaje a los turistas (en especial a los extranjeros) o a cualquier transeúnte que aparente tener una buena posición económica.

A los gay les interesa estar delgados, [tener] buena forma, ponerse bien; porque cuando llegaba un gay que yo observaba siempre les decía: “¿qué tal?, hola, buenas noches, oye, ¿necesitas algún lugar especial?, ¿un bar gay o un masaje en especial?”, y sonriéndoles simpáticamente, porque ellos siempre ven eso, la sonrisa, y es como les gusta a ellos... y luego te preguntan “el tamaño”, “¿cómo lo tienes?” (Carlos, 27 años de edad).

Tanto en La Condesa como en el zócalo hay una constante afluencia de turistas nacionales y extranjeros en busca de sexoservidores. Las maneras de contactarlos o ser contactados, así como las tarifas y la forma de establecer los tratos, difieren notablemente. Mientras los clientes de La Condesa pagan alrededor de 500 pesos (45 dólares) por una felación y más de 700 (65 dólares) por un encuentro íntimo en una habitación de hotel, en el zócalo y sus alrededores las tarifas oscilan entre los 200 y los 300 pesos (18 y 27 dólares). La movilidad y la versatilidad son cruciales para la subsistencia del sexoservidor. En un día normal, un sexoservidor puede pasar la mañana entera en el zócalo, trasladarse a la playa por la tarde, entrar en una discoteca por la noche, y en la madrugada desplazarse de regreso al Centro para visitar las cantinas y los bares. Esto si no ha conseguido un cliente que pague sus servicios durante todo el día o toda la noche.

La infraestructura turística y la apropiación de espacios por parte de la comunidad gay han propiciado que los sexoservidores encuentren en La Condesa un lugar óptimo para conseguir clientes. Algunos entrevistados dijeron haber tenido en esta playa su primer encuentro sexual con una persona de su mismo sexo a cambio de dinero.

Otros espacios orientados al sexoservicio de varones para varones

Entre los espacios públicos que los sexoservidores han logrado apropiarse para sus fines están los centros comerciales, como Galerías Diana, la Gran Plaza y Plaza Bahía, ubicados sobre la Costera Miguel Alemán, entre los límites del Acapulco Dorado y la glorieta de la Diana. Por las múltiples oportunidades de encuentro que ofrecen, estos espacios reciben por la tarde una gran afluencia de hombres jóvenes que acuden con el fin de ligar a otros hombres; algunos con intenciones de tener sexo, remunerado o no. Algunos de los entrevistados que combinan el sexoservicio con el estudio (educación primaria, secundaria o preparatoria) acuden en busca de turistas o clientes locales.

Hacia el oriente, en la colonia Playa Icacos cerca de la base naval, hay bares frecuentados por militares. Uno de ellos exhibe videos pornográficos para público heterosexual a partir de las cinco de la tarde y su clientela se compone de militares muy viriles (de apariencia “chacal”), de otros hombres con deseos homoeróticos y, en especial los sábados, de sexoservidores. El lugar de ligue y donde se establecen los acuerdos es el baño, y de ahí los involucrados se dirigen a los hoteles económicos de los alrededores.

Por último, están las fiestas en residencias lujosas del fraccionamiento Costa Azul para personalidades con poder económico y político. Organizadas el primer miércoles de cada mes, estos acontecimientos son una oportunidad más para los encuentros homoeróticos. Los asistentes deambulan desnudos alrededor de una alberca para servirse de un buffet amenizado con música y se relacionan con turistas (principalmente estadounidenses) que han pagado para entrar y por el derecho a usar sus cámaras de fotografía y video.

Acapulco es inmenso, porque si nos vamos desde el zócalo, nos recorreremos hasta la base naval, donde puedes encontrar servicios sexuales. No es necesario que digan La Condesa o en el zócalo; a veces hasta caminando... Mira, la Gran Plaza es un lugar de contactos, Galerías, centros comerciales, Internet, en los cibercafés hacen contacto para prostituirse; no es necesario estar en la calle. En el periódico se contratan compañías como de varón a varón [...] que también se prostituyen (Nico, 24 años de edad).

Aún teniendo un empleo fijo en una discoteca, es probable que un sexoservidor se vea motivado a acudir a otros lugares de encuentro en busca de clientes. Algunos de los entrevistados (como Irving, Nico y Adrián) son muy solicitados y tienen su propio servicio telefónico; otros, como Lenny y Fernando (“call boys” contactados a través de un anuncio del diario Novedades de Acapulco) están en alguna red de acompañantes y por ello cobran más que los que trabajan en la calle.

Yo tengo clientes extranjeros y amigos que platican conmigo [...] Cuando ven la computadora les enseñan a los demás a dónde conseguir business [...] les dan los nombres y los lugares, y entonces esos lugares aparecen en otros lugares como el zócalo, La Condesa o Plaza del Mariachi. Se maneja por teléfono o el celular, además de que hay agencias que se encargan de ser intermediarios (Aldo, 45 años de edad, comerciante y contacto).

Turismo sexual e infraestructura hotelera

Aunque el encuentro entre el sexoservidor y su cliente puede consumarse tanto en lugares abiertos (playas) como cerrados (discotecas, sanitarios de las cantinas, baños públicos o residencias particulares), los sitios más frecuentados son los hoteles y moteles de baja categoría del Acapulco Tradicional y el Acapulco Dorado. Muchos de los hoteles ubicados en la Costera no permiten el paso a los sexoservidores, por lo que los clientes optan por rentar un cuarto en algún hotel ubicado en la semiperiferia de la zona turística (el Centro, Playa Caleta, la Avenida Cuauhtémoc, el Paseo del Farallón, o la carretera a Pie de la Cuesta).

El hotel más visitado para este efecto (incluso por turistas extranjeros) es el Rosalinda, que en diarios locales anuncia la renta por hora de habitaciones provistas de televisores con canales de pornografía (Novedades de Acapulco, 2006). Entre los hoteles de mayor categoría que han visitado los sexoservidores están Fiesta Americana, Hyatt, Copacabana, Presidente y Tortuga; ubicados todos

sobre la Costera. Fuera de la Costera, Las Palmas y Casa Condesa permiten también la entrada a los sexoservidores, y en este último, de pocas habitaciones, los huéspedes pueden deambular desnudos.

Uno de los problemas más comunes que enfrenta la administración de un hotel es el robo a los turistas, y con frecuencia el responsable es un sexoservidor. Para hacerle frente a esta situación algunos hoteles de alta categoría sobre la Costera, restringen el acceso a las habitaciones. No obstante, como señalan en sus testimonios Carlos y Noé, es común que los clientes ofrezcan dinero a los empleados de seguridad para que les permitan pasar a su acompañante, o efectúen un pago extra directamente en la recepción.

TIPOLOGÍA DE LOS ESPACIOS DE PROSTITUCIÓN MASCULINA Y DE ENCUENTRO GAY

A partir de la descripción y el análisis espacial del sexoservicio homoerótico y de la identificación y observación de los lugares en que se efectúa, se obtuvo la siguiente tipología de los espacios de prostitución masculina en relación con la actividad turística.

Espacios abiertos al sexoservicio. Son aquellos que no pertenecen a un particular y que permiten el libre tránsito de personas (incluidos los sexoservidores) a cualquier hora, como el zócalo, la Playa Condesa, las rocas que limitan esta playa, y la Avenida Costera Miguel Alemán.

Espacios cerrados con predominio de turistas gay. Son negocios (como las discotecas y los centros nocturnos) que cobran por el acceso. Aquí, los sexoservidores deben pagar para entrar o, si trabajan como meseros o *strippers*, deben pagar para salir. Son los espacios preferidos por los turistas gay porque ofrecen mayor seguridad, y porque ahí pueden obtener servicios sexuales.

Espacios cerrados con predominio de clientes locales. Son bares, cantinas, cantabares y billares (como El Pulpo, El Galeón, Las Puertas, El Cubo, La Plaza del Mariachi, Puerto Rico) que no cobran la entrada y que ofrecen bebidas a un precio accesible, visitados por gente de bajos recursos. La clientela es mixta y se compone principalmente de mujeres, hombres que asumen una identidad heterosexual y ocasionalmente travestis. Los sexoservidores llegan a estos lugares en temporada baja o cuando no han logrado encontrar un cliente durante la noche.

Espacios mixtos. Los centros comerciales, con sus establecimientos de entretenimiento (máquinas de videojuegos, cines), ofrecen espacios idóneos para el ligue. Aunque son poco visitados por sexoservidores experimentados.

Alojamiento gay y gay-friendly. Muchos hoteles orientados a la comunidad gay permiten la entrada de sexoservidores a sus instalaciones. La mayoría de los entrevistados declaró no tener problema para entrar a esos establecimientos; aunque a veces es necesario hacer un pago extra.

Alojamiento “de paso”. Son los hoteles y moteles ubicados en la periferia de la zona turística en un área de transición entre ésta y la habitacional. Frecuentados casi exclusivamente por la población local, es ahí donde van los sexoservidores cuando sus clientes carecen de alojamiento o cuando no les es permitida la entrada a él.

Otros espacios de encuentro sexual. En esta categoría se incluyen cines, baños públicos, cuartos oscuros y todos aquellos espacios cerrados que favorecen los encuentros sexuales entre la población local y en menor proporción los turistas.

CAUSAS DE LA PROSTITUCIÓN MASCULINA EN ACAPULCO

La prostitución masculina suele atribuirse a la pobreza, el desempleo o la ignorancia. Si así fuera, la cantidad de personas dedicadas a este oficio sería mayor, no sólo en Acapulco, sino en la mayoría de las ciudades del país. Los sujetos entrevistados declaran que el sexoservicio les reporta mejores ingresos que cualquier otro empleo al que pudieran tener acceso y por el cual difícilmente obtendrían más de un salario mínimo. Mientras que en la construcción, por ejemplo, uno podría obtener novecientos pesos a la semana por largas horas de arduo trabajo, el sexoservicio reporta un ingreso seguro del orden de 2 mil 100 pesos semanales (190 dólares) libres de impuestos.

Por carecer de documentos oficiales y ser menores de edad muchos de los sexoservidores no pueden ser contratados legalmente. Los trabajos informales (como las ventas a particulares) tampoco les son atractivos y, en ausencia de control familiar o de orientación de un adulto, tienden a privilegiar las formas más fáciles de obtener dinero. Algunos de los entrevistados aceptaron necesitar ese dinero para comprar droga y otros mencionaron el “tener un cotorreo” como la razón para practicar el oficio.

Así pues, no son la pobreza, el desempleo ni la ignorancia las causas que llevan a un joven a dedicarse al sexoservicio, sino la oportunidad que tienen de alcanzar una mejor situación económica ante la demanda de un mercado sexual exigente y exclusivo (el del turista internacional).

Con todo, tener un empleo es importante para mantener una imagen socialmente aceptable, así que entre los entrevistados hay pintores de casas y edificios, cocineros, meseros, quiroprácticos, repartidores de volantes, afanadores, cajeros, cargadores en el mercado, empacadores en tiendas de autoservicio, albañiles y taxistas. El caso de Irving es representativo. Al preguntarle sobre su ocupación, respondió directamente ser mayate y sexoservidor, y agregó que no se dedica a otra cosa. Sin embargo, en otra ocasión y otro lugar, al ser contactado en plan de ligue, mencionó ser *caddie* (asistente de golfistas) y explicó que esa ocupación le permite relacionarse con turistas nacionales e internacionales y conseguir más clientes.

Los entrevistados reconocen que no son muchas las oportunidades que brinda el sector turístico en cuestión de empleo formal y bien remunerado. El trabajador depende de las propinas para mejorar su salario, y en algunas actividades prevalece la explotación.

Aquí en Acapulco no hay industrias, no hay maquila ni fábricas, no hay nada de eso [...] Entonces, el único medio es el turismo; normalmente lo que llega aquí es turismo nacional e internacional (McGyver, sexoservidor y quiropráctico).

La iniciación de los sexoservidores

Aunque las limitaciones económicas, el desempleo o el nivel educativo no determinen por sí solas la decisión de una persona a dedicarse al sexoservicio, es claro que los jóvenes que viven en estas condiciones son más proclives a hacerlo.

Ricardo Tapia y Fernando Díaz de León, coordinadores de campaña contra el VIH (Gaviah y Acasida, respectivamente), consideran que algunos varones se inician en prácticas homoeróticas durante la pubertad o la adolescencia; etapas en las que es común evitar las relaciones sexuales con mujeres por el riesgo de embarazarse y terminar siendo casados a la fuerza. Por otra parte, los juegos y rituales sexuales típicos de estas edades son más difíciles de realizar abiertamente con mujeres de su edad. Así pues, el sexo con otros varones se presenta como una opción y el practicarlo no necesariamente los lleva a cuestionar su identidad heterosexual (Perlongher, 1993; Perlongher, 1999). Finalmente, los turistas (nacionales o extranjeros) juegan también su parte en la inducción de estos jóvenes al resultarles una oportunidad de obtener placer a cambio de poco dinero y, aunque lo común es que sea un mediador quien haga el contacto (por lo general un amigo o vecino), no tienen dificultad en conseguirlo.

Muchos de los entrevistados consideran que esta etapa de iniciación es sólo un juego o un pasatiempo ocasional, pero con frecuencia el pasatiempo termina por transformarse en una forma de vida. La mayoría de los entrevistados declaró que después de hacerlo por primera vez acudió a los “antros” para conseguir más clientes. Es el caso de Noé, quien empezó a prostituirse en el zócalo a los 13 años, y después asistió a las discotecas de La Condesa. En el caso de Sexy, fue un travesti que trabaja en una estética quien lo abordó por primera vez para ofrecerle dinero a cambio de sexo. Otros se iniciaron con extranjeros, inducidos por amigos que les aseguraban que les iba a gustar el oficio y que valía la pena “poner la mente en blanco” a cambio de una remuneración significativa. Quienes se iniciaron con extranjeros (como Nico, José Luis y MacGyver) llegaron a recibir hasta 100 dólares. Los clientes eran estadounidenses y fueron contactados en la Costera. Otros, como Adrián, se iniciaron con turistas nacionales en el zócalo. Y la imitación juega también su papel. Algunos, como Sindi, refirieron que el que sus amigos cercanos trajeran siempre dinero lo motivó a trabajar desde temprana edad.

Relaciones del sexoservidor con sus clientes

El sexoservidor de la calle busca a sus clientes de manera velada y es común que finja ser empleado (taxista, *caddie*, promotor o asistente de un negocio relacionado con el turismo). Ésa es su forma de ligar. En cambio, quienes trabajan en las discotecas adoptan la actitud de una persona inalcanzable y entran en un juego erótico de seducción que regularmente desemboca en la obtención de alguna dádiva (un cigarrillo, una bebida o una propina muy significativa) seguida de un contrato.

Una de las principales barreras que tienen los sexoservidores para relacionarse con los turistas extranjeros es el idioma, pese a que varios de ellos han aprendido inglés. Una vez trascendida esta barrera se enfrentan a otros problemas, como tener que cumplir con un vasto repertorio de fantasías sexuales. Carlos, masajista, dijo atender con frecuencia a parejas heterosexuales en sus fantasías. Por este tipo de servicios, señala Nico, puede llegarse a cobrar hasta siete mil pesos (más de 600 dólares). En ocasiones hay que vestirse de mujer, recibir golpes y patadas en todo el cuerpo, o consoladores y otros juguetes sexuales y dejarse humillar. Muchos sexoservidores prefieren evitar este tipo de clientela, pero es difícil adivinar a priori lo que un cliente pretende, ya que quienes llegan a solicitar este tipo de prácticas no siempre son extranjeros. En opinión de Irving, hay una especie de mafia que opera comprando la discreción de quien sea necesario y garantiza que el cliente obtenga lo que busca: “cualquier taxista da facilidades a los turistas para hacerlo hasta en su casa”.

Es común que los sexoservidores tengan clientes frecuentes y que con ellos lleguen a desarrollar relaciones de amistad duraderas.

Me vienen a buscar [...] fines de semana y me buscan los dos días que se quedan [...]. Estoy con ellos, vienen y me dejan lo que ellos quieren. A veces no es necesario tener sexo; a veces no, pues que “vamos a beber”, que la fregada, y “ten mil”, “ten dos mil”, por estar ahí sentados con ellos y ya (Nico, 24 años de edad).

Otra variedad de sexo-servicio es aquella que implica desplazarse a otras poblaciones, siempre con todos los gastos pagados (incluyendo alimentos) y frecuentemente con algún regalo extra, como ropa o calzado. Si se trata de un cliente frecuente con el cual se ha establecido un vínculo afectuoso, no es difícil que éste acepte enviarle dinero quincenal o mensualmente al sexoservidor para cubrir sus necesidades básicas, aunque este tipo de relaciones no duran mucho tiempo.

En el imaginario colectivo de los sexoservidores los turistas extranjeros gustan de ellos porque son mejores amantes que los que pueden conseguir en sus países y porque tratan a sus clientes con amabilidad y respeto (Perlongher, 1993; Perlongher, 1999). Todo turista extranjero busca pasarla bien en sus vacaciones y los sexoservidores ponen de su parte para que lo logren (Clift & Forrest, 1999); aún si hay ciertas prácticas y juegos eróticos que no les resulten agradables.

Por lo general el turista extranjero es más valorado que el nacional, ya que el segundo es considerado por muchos como menos respetuoso, menos sensible y con menos dinero. No obstante, aunque es un hecho que el turista extranjero paga más por los servicios sexuales, lo más probable es que no vuelva a aparecer en escena y por ello los turistas nacionales no dejan de ser apreciados. Como asegura Nico *“un turista de aquí o de México puede mandarte dinero, te puede ayudar o alivianar. El ingreso es poco, pero seguro”*.

Aunque, en opinión de la mayoría, cualquiera puede dedicarse a este oficio, mucho ayuda mostrarse simpáticos y accesibles. Son preferidos los adolescentes de apariencia latina (de acuerdo con los turistas y clientes “los latinos son más ardientes”) que tengan piel, ojos y cabello oscuros, cara de inocentes y carezcan de vello corporal; que luzcan una masa muscular notable y tengan un pene de tamaño sobresaliente. También es importante llevar un corte de pelo y vestimenta de moda.

Los vínculos afectuosos y eróticos entre el sexoservidor y el cliente se rigen por relaciones de poder y están impregnados de resentimiento social mientras se exalta la virilidad del sexoservidor y se fortalece su identidad heterosexual, por ejemplo, llegando al “antro” acompañado de la novia.

Los tiempos del turismo y los tiempos del sexoservicio masculino

A quienes, como Sexy, trabajan en discotecas o alternan su oficio con otro empleo, poco les afecta la disminución de turistas durante la temporada baja. Pero quienes trabajan en la playa, la Costera o en el zócalo, y no tienen otra fuente de ingresos, se ven en aprietos.

La primera época muy cargada es diciembre, la segunda en Semana Santa y la tercera ahorita, en las vacaciones del maestro [mayo]. No viene extranjero, pero viene mucho nacional, maestros, alumnos, de todo [...]. En diciembre son más extranjeros, porque llegan de los barcos, hay dinero, hay dólar, hay de todo en diciembre. En Semana Santa, ya casi nomás el nacional, barcos todavía hay, pero ya menos; y en las vacaciones de verano puro nacional (Aldo, 45 años de edad, comerciante y contacto).

En diciembre la mayoría de los sexoservidores consigue de dos a tres clientes diarios, principalmente extranjeros, mientras que en Semana Santa o durante el verano predominan los nacionales. Sindi dijo que a veces surgen contratos por 20 días o un mes para trabajar en otras ciudades de la República Mexicana. Además, muchos de los entrevistados cuentan con una agenda de clientes locales (como Adrián e Irving) y algunos de ellos organizan itinerarios para conseguir trabajo, como hacen los *strippers*.

...pero a partir de aquí [junio] hay lluvias, pues no hay nada, porque la mayoría del turismo viene aquí porque hay sol, pero cuando llueve no hay nada, se va la gente pues, es lo que llamamos temporadas bajas [...]. La mayoría de nosotros emigramos a otros estados [...]. Hay una persona que

nos hace contratos para ir a trabajar por cierta cantidad, por 15, 20 días o un mes. Terminándose tu contrato te regresas otra vez a Acapulco; a veces los contratos son hasta dos días (Nico, 24 años de edad).

CONCLUSIONES

La prostitución masculina en Acapulco se ha adaptado a las condiciones de la actividad turística y se ha infiltrado en los espacios de convivencia –predominantemente turísticos– de la comunidad *gay* en la ciudad. Percibida como una opción ocupacional para quienes desean obtener mejores ingresos, se desarrolla en lugares específicos, muchos de ellos negocios orientados al segmento del turismo *gay*. La apropiación de estos espacios por parte de los sexoservidores no sólo ha sido tolerada por sus propietarios, sino propiciada por quienes ven en ello una manera de seguir atrayendo turistas. Éstos, por su parte, frecuentan los lugares ya sea para convivir con gente de su misma identidad sexual, para encontrar un compañero sexual (local o foráneo), o para contratar los servicios de un sexoservidor, pese a los riesgos que ello implica. Acapulco se ha convertido en un lugar ideal para iniciar una relación homoerótica.

No obstante, debido a la estigmatización y la carga moral que sufren quienes tienen relaciones sexuales con personas de su mismo sexo, la prostitución masculina en esta ciudad turística se practica discretamente, lo que contribuye a aumentar los riesgos de ambas partes involucradas de ser víctimas de violencia física, robo, enfermedades de transmisión sexual e incluso extorsión por parte de los agentes de seguridad pública. El turista extranjero preferirá visitar los espacios cerrados (como las discotecas) para conseguirse un *mayate*, un *chichifo* o un *stripper*, mientras que el turista nacional visitará la Costera, la playa, el zócalo o los bares del Centro para satisfacer sus deseos y placeres eróticos a un menor precio y, si su condición económica se lo permite, visitará las discotecas o contratará a un *call boy* que se desplace a su habitación o lugar de residencia.

La dinámica económica de Acapulco, como puerto y como destino turístico, ha propiciado el flujo constante de colectivos masculinos proclives a solicitar servicios sexuales: militares, marinos, inmigrantes y, más recientemente, turistas, hombres de negocios y personal de empresas o instituciones que asiste a congresos y convenciones; una población flotante que incluye personas dispuestas a pagar por satisfacer deseos sexuales que no se permitirían contemplar en su lugar de residencia, o que simplemente desean vivir una experiencia distinta. Si bien el turismo no es la causa de la prostitución masculina, sí ha contribuido a su desarrollo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Angelfire.com** (2012) <http://www.angelfire.com/pop/guiagay/acaq.html>. Consultado el 18 de junio de 2012
- Azaola, E.** (2000) "Infancia robada: niñas y niños víctimas de explotación sexual en México". Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia/UNICEF/CIESAS, Ciudad de México
- Azaola, E. & Richards, J.** (2003) "La infancia como mercancía sexual: México, Canadá, Estados Unidos". Siglo XXI/CIESAS, Ciudad de México
- Cantú, L.** (2002) "De ambiente. Queer tourism and the shifting boundaries of Mexican male sexualities". GLQ - A Journal of Lesbian and Gay Studies 8(1-2): 139-166
- Carrascal, E. & Pérez, G.** (1998) "Ocupación territorial y deterioro ambiental ocasionado por la expansión urbano-turística en Acapulco, Guerrero". Investigaciones Geográficas - Boletín del Instituto de Geografía (37): 111-124
- Castañeda, M.** (2006) "La nueva homosexualidad". Paidós, México
- Castrejón, J.** (1989) "El sur en la época colonial". Gobierno del estado de Guerrero, Secretaría de Desarrollo Social, Ciudad de México
- Clift, S. & Forrest, S.** (1999) "Gay men and tourism: Destination and holiday motivations". Tourism Management 20(5): 615-625
- Córdova, R.** (2003) "Mayates, chichifos y chacales: trabajo sexual masculino en la ciudad de Xalapa, Veracruz". En: Miano, M. (coord.) Caminos inciertos de las masculinidades. INAH/Conaculta, Ciudad de México, pp. 141-160
- Cruisinggays.com** (2015) <http://www.cruisinggays.com/acapulco/2809>. Consultado el 2 de junio de 2015
- Csdinformatica.net** (2015) <http://www.csdinformatica.net/laguarida/Paises/mexico.htm>. Consultado el 2 de junio de 2015
- Díaz, G.** (2002) "Acapulco, paraíso sexual infantil". Proceso, Edición 1323: 44-45
- Dirección General de Turismo Municipal Acapulco** (2008) "Estadísticas en línea, CET 2002-2006". Portal del Gobierno Municipal de Acapulco, Guerrero <http://www.acapulco.gob.mx>. Consultado el 18 de junio de 2012
- Escudero, F.** (1997) "Origen y evolución del turismo en Acapulco". Universidad Americana de Acapulco/Ayuntamiento Constitucional de Acapulco, Acapulco
- Inegi & Secretaría de Turismo** (1999) "Acapulco México: guía turística urbana". Inegi/Secretaría de Turismo, Ciudad de México
- Juliano, D.** (2000) "La prostitución: el espejo oscuro". Icaria-Institut Català d'Antropologia, Barcelona
- Novedades Acapulco** (2006) "Sección clasificados". Acapulco (6 de septiembre): 4D
- Novo, S.** (1996) "Las locas y la inquisición". En: González, S. (comp.) Viajes y ensayos I. Colección Letras Mexicanas, Fondo de Cultura Económica, Ciudad de México
- Perlongher, N.** (1993) "La prostitución masculina". Ediciones La Urraca, Buenos Aires
- Perlongher, N.** (1999) "El negocio del deseo. La prostitución masculina en San Pablo". Ediciones La Urraca, Buenos Aires

- Propin, E. & Sánchez, A.** (2007) "Tipología de los destinos turísticos preferenciales en México". Cuadernos de Turismo (19): 147-166
- Ramírez, J.** (1986) "Turismo y medio ambiente: el caso de Acapulco". UAM Xochimilco, Ciudad de México
- Ruíz, J.** (1992) "La saga del sol. La renovación turística en Guerrero: Acapulco, Taxco, Zihuatanejo". Gobierno del Estado de Guerrero, Ciudad de México
- Sales, O.** (1998a) "El puerto de Acapulco enlace con Filipinas, destino final en América. Primera Parte". México Desconocido, <http://www.mexicodesconocido.com.mx/el-puerto-de-acapulco-enlace-con-filipinas-destino-final-en-america-1.html>. Consultado el 18 de junio de 2012
- Sales, O.** (1998b) "El puerto de Acapulco enlace con Filipinas, destino final en América. Segunda Parte". México Desconocido, <http://www.mexicodesconocido.com.mx/el-puerto-de-acapulco-enlace-con-filipinas-destino-final-en-america-2.html>. Consultado el 18 de junio de 2012
- Sánchez, A. & Propin, E.** (1999) "Zonificación turística de Acapulco. México al término del siglo XX". Polígonos - Revista de Geografía de la Universidad de León (9): 197-181
- Sánchez, A. & López, A.** (2000) "Visión geográfica de los lugares gay de la Ciudad de México". Cuicuilco 7(18): 271-285
- Seguardo, M.** (2002) "La prostitución". Acento Editorial, Madrid
- Secretaría de Turismo** (2014) "Compendio estadístico del sector turismo en México". Portal de Datatur. Análisis integral del turismo <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/CompendioEstadistico.aspx>. Consultado el 10 de enero de 2015
- Servín, M.** (1998) "Sobre medio ambiente, turismo y desarrollo: el caso de Acapulco". Noriega Editores/CIIEMAD, Ciudad de México
- Valenzuela, E.** (2008) "Construcción, evolución y organización del espacio turístico de Acapulco, Guerrero". Tesis de doctorado, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, México, pp. 13-201

Recibido el 27 de abril de 2015

Reenviado el 5 de junio de 2015

Aceptado el 15 de junio de 2015

Arbitrado anónimamente

ENTRE EL NEGOCIO Y EL PLACER

Turismo sexual masculino en Puerto Vallarta, México

Cristóbal Mendoza*
Universidad Autónoma Metropolitana
Ciudad de México, México

Resumen: *El turismo sexual masculino en Puerto Vallarta, México, destino preferido de muchos turistas gay, se analiza desde la perspectiva de los trabajadores sexuales. De particular interés son los motivos que llevan a estos hombres a prestar sus servicios sexuales a otros hombres. El análisis se centra en aspectos que van más allá de la transacción comercial, como son la sexualidad y la identidad de los sexoservidores. El autor concluye que mientras las prácticas sexuales se negocian, las identidades sexuales son inamovibles, y dependen de un estilo de vida común asociado con lo que se conoce como "gay".*

PALABRAS CLAVE: *turismo sexual masculino, trabajadores sexuales, identidad sexual.*

Abstract: *Between Business and Pleasure: Male Sex Tourism in Puerto Vallarta, Mexico. Male sex tourism in gay-friendly Puerto Vallarta, Mexico, is analyzed from the perspective of sex workers. The focus is on the reasons that lead these men to provide sexual services to other men. Beyond commercial transaction, the analysis dwells on the sexuality and identity of the sex workers. The author concludes that while sexual practices are negotiated, sexual identities are unchangeable, and relate to a common 'gay' lifestyle.*

KEY WORDS: *male-to-male sex tourism, sex workers, sexual identity.*

INTRODUCCIÓN

Puerto Vallarta es uno de los principales destinos turísticos del Pacífico mexicano. Es además un destino turístico homosexual masculino reconocido internacionalmente (Torres, 2006; Vidal Aldana, 2007) y el segundo destino internacional más visitado por homosexuales estadounidenses (Hughes, Monterrubio & Miller, 2010). Puerto Vallarta, que sigue el modelo de los polos turísticos impulsados por el Estado mexicano, se ubica en la parte noroccidental de Jalisco y conforma un corredor turístico con el municipio de Bahía de Banderas, en el vecino estado de Nayarit, en el Occidente de México. El crecimiento económico de la zona se dio a partir de la década de los setenta del siglo pasado, momento en que se produjo una alianza entre los empresarios locales y el gobierno del estado de Jalisco para fomentar el desarrollo del turismo en la zona (Munguía, 1994). El prototipo de turista de Puerto Vallarta es un adulto de entre 36 y 50 años de edad, de nacionalidad estadounidense, que viaja solo (Secretaría de Turismo del Gobierno de Jalisco, 2006). Completando este perfil, César & Arnaiz (2006) observan que predominantemente se trata de varones cuya motivación principal es el

* Doctor en Geografía por la Universidad King's College, Londres, Reino Unido. Es Profesor Investigador en el Departamento de Sociología de la Universidad Autónoma Metropolitana, Campus Iztapalapa, Ciudad de México, México. E-mail: cmp@xanum.uam.mx

placer y el descanso, lo cual constituye uno de los rasgos distintivos de los destinos de sol y playa, y del turismo de masas.

En Puerto Vallarta, en línea con las tendencias del mercado turístico global, han surgido segmentos turísticos más diversificados que buscan servicios más especializados como el turismo de orientación homosexual. Se estima que más de 35 por ciento de la capacidad hotelera (18,200 habitaciones) corresponden a este segmento de mercado, cuya derrama económica es superior a la del turista heterosexual (un promedio de 60 a 100 dólares diarios en el caso del turista *gay* [Torres, 2006]). Para el conjunto de México, la derrama económica de este segmento se ha estimado en 4,500 millones de dólares (Vidal Aldana, 2007). Este sector turístico está conformado principalmente por profesionistas estadounidenses, canadienses, europeos y, en menor medida, mexicanos. Muchos cuentan con negocios propios o tienen altos ingresos; son solteros y no tienen hijos (Vidal Aldana, 2007).

En el marco de un viaje y en un lugar turístico como Puerto Vallarta se dan relaciones sexuales entre varones que son mediadas por una transacción monetaria y un servicio sexual, y lo que se negocia es mucho más que dinero ya que se ponen en circulación valores, ideas, estereotipos y expectativas entre trabajador sexual y cliente. Como señala Hiernaux (2000) el turismo, un acto efímero, es ámbito privilegiado para la construcción de nuevos consensos sociales en los que la alteridad no es tan previsible como en otros ámbitos de la cotidianidad. En ese acto efímero los actores involucrados en el turismo sexual intercambian roles en escenarios impregnados de significados derivados del hecho de encontrarse en un lugar turístico, de paso, de diversión, como Puerto Vallarta.

Este artículo se enmarca en los estudios sobre el turismo que, como mencionan Veijola & Jokinen (1994), han estado dominados por un enfoque positivista y han prestado en general poca atención a la sexualidad. Estas autoras afirman que, incluso cuando se han discutido asuntos relacionados con la injusticia social y el turismo sexual, el enfoque ha sido estructuralista y la mirada se ha construido a partir de un turista varón de clase media, blanco y heterosexual. En los últimos quince años, sin embargo, se ha dado una eclosión de estudios que abordan temáticas relacionadas con la sexualidad (véase, por ejemplo, la revisión de la literatura sobre el tema entre los años 2000 y 2007 realizada por Waitt, Markwell & Gorman-Murray [2008]). Particularmente, en el caso del turismo sexual, son varios los trabajos que abordan la temática (Clift & Forrest, 1999; Liguori & Aggleton, 1999; Clift & Carter, 2000; Herold, García & De Moya, 2001; McKercher & Bauer, 2003). En México destacan las aportaciones recientes de Hughes, Monterrubio & Miller (2010) en el caso de Zipolite (Oaxaca), y de López & Van Broeck (2013) sobre turismo sexual masculino en el conjunto de México.

Asimismo, es importante retomar la reflexión de las geografías *Queer* y *Gay*, Lesbiana y Transexual (GLT) acerca del espacio, el cuerpo y la sexualidad que de la mano de los enfoques feministas y posestructuralistas reivindican el papel del género y la sexualidad en los estudios

geográficos (Knopp, 1992; Valentine, 1993; Bell & Valentine, 1995). Los estudios GLT y *queer* en geografía, a pesar de su relativa novedad, distan de ser un todo homogéneo e incluso se ha observado un cambio en el enfoque. De hecho, la teorización *queer* en geografía se construye en parte como respuesta a las geografías GLT de los años noventa del siglo pasado, consideradas menos transgresoras (Binnie & Valentine, 1999; Nast, 2002; Nash, 2006; Oswin, 2008; Waitt, Markwell & Gorman-Murray, 2008). El debate entre los aspectos positivos de la visibilización de los colectivos GLT en el espacio público, y los aspectos negativos del mercantilismo “*gay*” o “*rosa*” que supuestamente hacen seguidismo de la heteronormatividad (o “regulacionismo” heterosexual) del espacio público, resume una parte de las diferencias entre ambos enfoques.

El trabajo de campo para la preparación de este artículo consistió en doce entrevistas en profundidad con trabajadores sexuales masculinos en la zona conocida como “Viejo Vallarta” entre septiembre y diciembre de 2007. Los entrevistados se contactaron a través de la técnica conocida como “bola de nieve” y para identificarlos se buscó la ayuda de informantes clave (trabajadores o gerentes de bares u hoteles, trabajadores o voluntarios de organizaciones no gubernamentales), y en algunos casos se usó el Internet para establecer el primer contacto. En este artículo se da voz a estos entrevistados y se usan sus opiniones sobre el servicio sexual en Puerto Vallarta de forma anónima (con pseudónimos).

En la primera sección de este artículo se analiza el proceso de consolidación de la ciudad como destino del turismo *gay* internacional en el contexto de los estudios GLT y *queer* sobre el espacio, en particular los centrados en los espacios urbanos. Seguidamente, se presenta una reflexión acerca del papel de Puerto Vallarta como lugar de liberación, ya que algunos de los entrevistados provienen de contextos poco tolerantes —y, en algunos casos, abiertamente homofóbicos— y se analiza su entrada en la prostitución, algo que para la mayoría de los trabajadores sexuales se produce de forma fortuita y casual. Posteriormente, se abordan los espacios y las temporalidades del turismo sexual en la ciudad, a partir del estudio de la materialidad de la vida cotidiana; a saber: los desplazamientos, los escenarios y las rutinas de las prácticas. Finalmente, se aborda el tema de la sexualidad y el cuerpo desde una doble perspectiva: como construcción social en la que se intercambian imágenes y representaciones, y como mercancía en el contexto de la cultura *gay* que redimensiona el culto al cuerpo y a la juventud.

PUERTO VALLARTA, DESTINO TURÍSTICO “GAY-FRIENDLY”

Las geografías críticas en general describen los espacios GLT como transgresiones al espacio heterosexual y en oposición a los él (Oswin, 2008). Autores como Valentine (1993) y Binnie & Valentine (1999) argumentan que la ocupación y colonización del espacio por parte de sujetos no heterosexuales en ubicaciones y circunstancias opresivas generan procesos de ‘reterritorialización’ y posibilitan la visibilidad de subculturas sexuales que resisten y rompen la dominación heterosexual. En este mismo sentido, Alexander (citado en Nast, 2002: 840) señala que no son muchos los autores

que desean problematizar la producción del “momento comercial *gay*”. Bassi (2006), por su parte, afirma que el desarrollo de negocios orientados a la comunidad GLT en Birmingham, Inglaterra, y la consolidación de las noches asiáticas destinadas a esta comunidad en clubes de la ciudad constatan la visibilización de las diferencias sexuales y étnicas en el espacio urbano y la reafirmación de dichas diferencias.

Otros autores son más críticos con estas supuestas transgresiones derivadas de la conquista de espacios urbanos, y resaltan el giro mercantilista de lo *gay* y *queer* (Nash & Bain, 2007). En la presentación de un número especial de la revista *Antipode* dedicado a las geografías *queer*, Nast (2002) habla del “patriarcado blanco *queer*” que en los Estados Unidos parece encontrarse en todas partes: en las imágenes de “vida *queer*” que circulan en las revistas, en los anuncios, en los *shows* de televisión, en el paisaje urbano y en *resorts* especializados en los mercados *gay* y lésbico, como Saugatuck, Provincetown o Key West, y que continúan las prerrogativas raciales y sexuales propias del patriarcado (Nast, 2002). En una línea parecida, Nash (2006), en su estudio sobre el “*gay village*” de Toronto, menciona que el movimiento GLT se ha reconciliado con la idea de la consolidación de un área residencial y comercial orientada al colectivo homosexual en un sector de la ciudad, hasta el punto que algunos negocios y asociaciones de vecinos del “*gay village*” de Toronto apuestan por “limpiar” esa área de las personas sin hogar (“*homeless*”), jóvenes de la calle y trabajadores sexuales. Esta área urbana se convierte así en un espacio social y político disciplinado y controlado (Nash, 2006). Esta normalización de la visibilidad *gay* y lesbiana, aunada al aumento del consumo relacionado con los comercios y negocios orientados a este colectivo, han convertido a muchos “barrios *gay*” en elementos turísticos, lo cual ha contribuido a los procesos de aburguesamiento (“*gentrification*”) de zonas degradadas, e incluso se han incorporado en los discursos de algunas ciudades como parte de supuestos procesos de gobernanza inclusivos (véase la revisión bibliográfica que realiza Oswin, 2008, sobre estos temas).

En el caso de Puerto Vallarta las discotecas, bares restaurantes y otros negocios orientados a la comunidad homosexual masculina que se pueden observar en el Viejo Vallarta son los elementos más notables de la presencia de sujetos no heterosexuales en la ciudad. Además de una gran oferta de clubes nocturnos, la ciudad ofrece una amplia gama de servicios al turista *gay*, como restaurantes, hoteles, *bed and breakfast*, tiendas de ropa o agencias de bienes raíces. Esta oferta diversificada es única en México. Con una mayor oferta de ocio nocturno la ciudad de México no ofrece tantos servicios especializados orientados a la comunidad homosexual (Sánchez & López, 1997).

El espacio de ocio destinado preferentemente a la comunidad homosexual masculina está concentrado en la llamada zona romántica del Viejo Vallarta. Esta área constituye una especie de trapecio, delimitado por la Playa de los Muertos al sur (donde se ubican el Hotel y bar Blue Chairs (Figura 1), el río Cuale y la calle Insurgentes (Mendoza & Medina, 2013). Las actividades se concentran en torno a las calles Olas Altas y Pino Suárez y la zona entera se puede recorrer a pie en apenas quince minutos. Como mencionan Knopp (1992) y, más recientemente, Bassi (2006), estos

espacios constituyen la articulación espacial de una serie de relaciones comerciales, de consumo e intercambio, basadas en una identidad sexual.

Figura 1: Hotel y bar Blue Chairs (Playa de los Muertos)



Fuente: Patricia Medina (1 de abril de 008)

En este espacio las muestras de cariño entre hombres (y en menor medida entre mujeres) son comunes. Como menciona José Manuel, un trabajador sexual entrevistado, el ambiente en Vallarta es relajado debido al turismo y lo que implica, lo cual no significa forzosamente que estas pruebas de afecto sean aceptadas por la población local. En sus propias palabras:

Mira, yo siento que el ambiente en Vallarta es un poco más abierto, o sea que sí viene mucho turismo homosexual a este puerto y son otras mentalidades, ¿no?, otra cultura, es otra... otro tipo de gente, ¿no?. Entonces vienen y desinhibidos aquí se toman de la mano y se besan quitados de la pena, entonces yo siento que Vallarta es un poco más abierto.

Pero ¿crees que es limitado o... falta un poco más de libertad?

Está más abierta la manera de pensar de la gente, pero como ciudad pequeña que es, ¿cierto?, sí existe cierta ignorancia, igual la gente no está acostumbrada a ver estas cosas, gente que tiene otras posturas más arraigadas, más tradicionalistas. Entonces, aparte vivimos en una sociedad bastante machista y existe también muchas veces eso, aunque la gente sale y ve [...] se limitan a hacer un comentario, pero siempre... siempre, existe... (José Manuel, 25 años de edad, originario de Guadalajara).

También se observa una cierta permisividad con respecto al ejercicio del trabajo sexual de los varones, pero se debe a que gran parte de esta actividad se realiza en espacios muy acotados (discotecas, playa de Los Muertos), y no en la vía pública. El único entrevistado que se travestía y que trabajaba exclusivamente en los espacios públicos dijo tener problemas constantes con la policía, que lo extorsiona.

- *¿En qué lugares ejerces la prostitución?*
- *En la vía pública más que nada.*
- *¿Y en los bares, no?*
- *Sí, a veces, cuando nos dejan. Lo que pasa es que ahorita ya no se puede en la calle, ahorita el gobierno está muy fuerte. Si me ven vestida ahorita, no porque esté fichada, se me llevan* (Karla, 22 años de edad, Autlán de la Grana, Jalisco).

En esta misma línea, José, un entrevistado de diecinueve años de edad, resume de la siguiente manera las diferentes formas de trabajo sexual masculino en Puerto Vallarta:

Detienen a los travestis porque están en la calle. Dan mala imagen. Los gays están en locales o en la playa, no en la calle. Las vestidas [travestidos] se prostituyen con gente local y con gente de bajos recursos (José, 19 años de edad, originario de La Cruz de Loreto, Jalisco).

Así pues, hay espacios y prácticas permitidos, o al menos tolerados, contrapuestos a otras prácticas que no lo están por ocupar de forma “indebida” el espacio público y “violentar” la moral dominante, además de que los travestidos parecen orientarse a un mercado local de bajos recursos. Este doble proceso de inclusión y exclusión también se ha visto en otros estudios, como es el caso de la persecución policial del intercambio sexual homosexual en zonas públicas de Manchester, comparado con la permisividad de su “gay village”, que incluso se ha visto como un elemento positivo, activo en el proceso de recuperación de una parte de la ciudad degradada (Hughes, 2002).

Por último, retomando otro elemento de la discusión sobre los espacios *queer*, el proceso de capitalización y mercantilización del modo de vida *gay* (y en menor medida *lésbico*), en este caso en el contexto del turismo de playa, es un elemento a tener en cuenta a la hora de entender el trabajo sexual en Puerto Vallarta. La prostitución es una fuente de ingresos necesarios para acceder a un cierto estilo de vida que, en principio, parece reservado a los turistas que cuentan con mayor nivel adquisitivo. De hecho, sólo un entrevistado menciona que el trabajo sexual sirve para ayudar a su familia. Iván señala que los clientes, al pasar a ser “amigos”, le ofrecen no sólo dinero, sino la posibilidad de acceder a un determinado estilo de vida:

O hacértelos más amigos, si te los haces amigos, ya con eso, no de que vámonos “pum pum.” Te invitan a todo, te compran ropa, te invitan a cenar, te tienen todo el tiempo con ellos y te los haces amigos. Ya no es tanto como un acá. Es más como una compañía, ya vienen cada año y te vienen a buscar (Iván, 28 años de edad, originario de la costa de Colima).

En definitiva, el Viejo Vallarta presenta las características observadas en la literatura sobre espacios *queer*: una alta concentración de negocios orientados a la comunidad *gay*, una cierta permisividad, que se ve contrarrestada con restricciones fuera de los espacios normativos y una mercantilización del espacio homosexual que es asumida (si no buscada) por los entrevistados.

La ciudad vivida

En este contexto de visibilidad, la mayoría de los entrevistados coincide en que Puerto Vallarta es una ciudad en la que, debido a la afluencia de turistas y a un cierto ambiente liberal, la práctica del sexo (y como una extensión “natural” el ejercicio de la prostitución) son relativamente fáciles y muchos de ellos declararon haber entrado en el trabajo sexual por “casualidad”, de forma no buscada:

Entré en esto por casualidad. Trabajaba en un puesto de quesadillas cerca del Mañana [la discoteca gay de moda de Vallarta] y vi a muchos chavos que se dedicaban a esto. No me llamaba la atención, pero de repente surgió (Angelo, 19 años de edad, originario de Comatlán, Jalisco).

Esta entrada “casual” en la prostitución se vive en un ambiente desenfadado, en el que no se distingue entre trabajo y ocio y los lugares de diversión son iguales para relaciones que implican intercambio de dinero que para encuentros sin mediación monetaria (por ejemplo, amistad). Un entrevistado lo expresaba con estas palabras:

Hoy no trabajo, pero si sale algo, ¿a quién le va mal una lanita [un dinero]? (Carlos, 24 años de edad, originario de Delicias, Chihuahua).

Por otro lado, el “ambiente liberal” de Puerto Vallarta contrasta con los ambientes cerrados —si no hostiles— de la mayoría de las poblaciones de origen de los entrevistados, ciudades medias o pequeñas del Occidente de México. En este sentido, algunos trabajadores sexuales que se declaran abiertamente *gay* “huyeron” de la falta de tolerancia en sus lugares de origen —y, en concreto, de sus familias— y afirman que en Puerto Vallarta pudieron ser ellos mismos.

Haciendo una lectura de conjunto, del estilo *gay* “desenfadado”, de la entrada casual en la prostitución y de algunos contextos de origen hostiles, se podría decir que en su mayoría los trabajadores sexuales entrevistados internalizan el placer (“se divierten”) y externalizan la culpa. Se disfruta de la sexualidad o de ciertos comportamientos asociados a la prostitución al margen del dinero, como se verá posteriormente, y se “culpa” —aunque sea de forma inconsciente— al “otro”, en este caso, a un “amigo”, al “extranjero” o a la “ciudad” de la entrada en esta actividad:

Estaba en la playa paseando y me ofrecieron dinero por sexo (José, 19 años de edad, originario de La Cruz de Loreto, Jalisco).

Puerto Vallarta, así pues, parece favorecer estas prácticas sexuales monetarias. Las secciones siguientes se ocupan de la vida cotidiana de los entrevistados, desde la doble perspectiva de sus desplazamientos y la espacio-temporalidad del servicio sexual.

Los desplazamientos: El imaginario de la migración

Una primera mirada a la espacialidad del trabajo sexual es a partir de los desplazamientos de los trabajadores sexuales. Como se ha mencionado, muchos entrevistados manifiestan la necesidad de abandonar sus lugares de origen por no sentirse aceptados. La migración a Puerto Vallarta desde las ciudades medias y poblaciones rurales del Occidente es en estos casos, en efecto, una “huida” y un punto de ruptura. Salvo una sola excepción todos los entrevistados no son originarios de Puerto Vallarta, si bien la mayoría (diez de doce) reside permanentemente en la ciudad.

En el caso de dos de los entrevistados se observa además un tipo de desplazamiento laboral recurrente relacionado con los flujos turísticos. Se trata de trayectorias migratorias pendulares, asociadas a las puntas de demanda del turismo. De la misma manera que otros trabajadores, algunas personas que se dedican al trabajo sexual viven temporalmente en Puerto Vallarta durante la temporada media y alta del turismo internacional (de octubre a mayo):

En mayo me voy para Chihuahua y regreso que se acabe el semestre. En septiembre me voy a Guadalajara y me quedo un mes ahí y me vuelvo a regresar para acá. Pero ahora llegué en septiembre faltando como unos diez días que se acabara [el mes] y ¡pues ay canijo! Haz de cuenta que estaba durmiendo en la playa [a falta de trabajo y dinero] y... si te digo, no faltaba el policía que pasa y te dé una patada: ¡órale, levántese! (Carlos, 24 años de edad, originario de Delicias, Chihuahua).

Dos de los entrevistados afirman haber emigrado además a Canadá; uno con su pareja y el otro con un amigo, si bien ambos decidieron regresar dada la dificultad de encontrar trabajo y lo irregular de su situación migratoria:

Ya he estado en Canadá, pues más bien el frío que está muy duro, pero allá hay lugares donde sacas cien dólares diarios.

- *¿Te fuiste con un cliente, o fuiste solo?*
- *Fui con un amigo porque él ya conocía, yo batallo con el inglés. También quiero dejar esta vida porque sí es dura.... también quiero estudiar porque digo mi familia es pobre y no, no me pudo dar estudio (Carlos, 24 años de edad, originario de Delicias, Chihuahua).*

Carlos, además, asocia su viaje a Canadá con la falta de estudios y el deseo de cambiar de vida. Este deseo de migrar asociado a un cambio de vida —la migración como escape— también forma

parte de las narrativas de otros entrevistados que nunca han abandonado México. Es un deseo, un imaginario (positivo) en torno a la migración a los Estados Unidos o Canadá que, en el caso de Fernando, implica la liberación de una actividad no deseada. En sus propias palabras:

[Vine para acá] porque me dijeron que Vallarta era muy turístico y aparentemente, digo, realmente me está yendo bien, pero en la zona gay. Pero, no falta mucho para dejarlo, porque no es mi destino. Mi destino es estudiar o trabajar o buscar una buena oportunidad, una buena oportunidad de irme a América o Canadá. Entonces voy a dejar de hacer esto que estoy haciendo, meterme con los gays, con los hombres (Fernando, 20 años de edad, originario de Tecomán, Colima).

El imaginario del viaje o la migración aparecen en otros estudios de caso de la literatura sobre turismo sexual, como en la investigación de De Moya & García (1999) en Santo Domingo, República Dominicana, que entre las razones por la que se ejerce la prostitución incluye el “deseo de viajar y migrar”. En este estudio, al igual que en Puerto Vallarta, el trabajo sexual con hombres no se ejerce en la calle sino en hoteles, discotecas o bares. De la misma manera, Boushaba, Tawil, Imane & Himmich (1999), en una investigación realizada en Marruecos, apuntan que muchos sexoservidores prefieren a los extranjeros porque esperan poder algún día viajar a Europa.

Como reflexión final, y retomando las ideas de Gorman-Murray (2009), los estudios de migración parecen ignorar o no tomar en cuenta de forma prioritaria las dimensiones emocionales de los nuevos patrones de migración y movilidad de los trabajadores sexuales. En su trabajo sobre migración de parejas homosexuales en Australia, este mismo autor concluye que las emociones, deseos y la sexualidad “moldean” las movilidades *queer*.

La espacio-temporalidad del turismo sexual en Puerto Vallarta

Las geografías GLT y *queer* han demostrado que los escenarios específicos facilitan comportamientos y relaciones sexuales, así como prácticas particulares. En este sentido, Nash & Bain (2007) proponen el concepto de “*queering of spaces*” que significa la producción de lugares que ofrecen la oportunidad de experimentar prácticas y comportamientos sexuales alternativos. En esta misma línea, Tattelman (2000) plantea que el “espacio *queer*” implica la construcción de un mundo paralelo, repleto de posibilidades y placeres que, a pesar de funcionar de forma simultánea en la cultura dominante, permite reemplazar sus principios fijos y modos binarios de pensamiento a partir de la cotidianidad de las acciones *queer*.

Son varios los estudios de caso que han ahondado en esta cuestión. Nash & Bain (2007), en su trabajo sobre el *Pussy Palace*, entretenimiento orientado a mujeres en una sauna de la ciudad de Toronto, opina que esta ubicación busca la liberación sexual de las participantes “*reclaiming raunch*” (‘reclamando el morbo’, en una traducción libre). Las organizadoras de este evento reivindican la sexualidad de la mujer trabajadora a la cual desean contrastar con la de la mujer de clase media, supuestamente menos “liberada” por motivos morales y sociales. La particularidad de los lugares para

construir sexualidades alternativas también ha sido estudiada por Hubbard (2002), en el caso del turismo sexual. Este autor sostiene que la construcción de las identidades sexuales que se intercambian en el turismo sexual sólo se puede entender a partir del estudio de las formas en que las representaciones y experiencias se entrecruzan para crear identidades sexuales fracturadas, disputadas y en proceso de cambio. De la misma manera, Brown (2008) en su estudio sobre las conductas sexuales de hombres en los parques del este de Londres, concluye que en estos espacios se exploran y experimentan sexualidades alternas en la inmediatez de cada encuentro, más allá de las identidades sexuales estrictas.

Siguiendo esta línea de análisis, puede afirmarse que la configuración de los espacios de vida de los trabajadores sexuales gira en torno a los lugares específicos en los que se negocian y llevan a cabo actividades sexuales remuneradas. Como se ha mencionado arriba, en Puerto Vallarta la prostitución en las calles es marginal y el servicio sexual tiene lugar en sitios cerrados (discotecas y bares) por la noche. Durante el día, la Playa de los Muertos (en concreto los alrededores del hotel y bar Blue Chairs) es el lugar de encuentro y de relación (Mendoza & Medina, 2013). El público es de todas las edades y las expresiones de fiesta y afecto son frecuentes tanto en la arena como en el agua. En el contexto de la playa, la prostitución queda en cierta manera disimulada o diluida. De hecho, a simple vista no es posible identificar a los trabajadores sexuales aunque los meseros del bar Blue Chairs los pueden señalar fácilmente.

Este ambiente de playa abierto y desenfadado coincide con el de ciertos bares de Puerto Vallarta. Ubicado en una calle céntrica del Viejo Vallarta el bar Los Amigos, de estilo “americano”, tiene una barra circular y su clientela es básicamente estadounidense y canadiense de edad avanzada (en muchos casos se trata de jubilados que residen permanentemente en la ciudad). El dueño, que también trabaja de mesero, es también extranjero. El bar tiene poca luz y el alcohol es relativamente barato. La clientela mexicana es en general joven y no es difícil intuir que el trabajo sexual es frecuente en el bar, no sólo por la diferencia de edades sino por la forma y la facilidad como se dan los contactos físicos en el lugar.

Tanto en el Blue Chairs como en Los Amigos el ambiente es de gente relajada, mucho alcohol y contactos fáciles. Estos lugares son permisivos con la práctica del trabajo sexual y no parece que este hecho violente a nadie, sean turistas o residentes locales, sean trabajadores o empresarios. En estos espacios se negocia una transacción comercial, pero también se representa una forma de entender la sexualidad *gay*, desenfadada, clara y directa. Más que el ejercicio de un trabajo remunerado, estos escenarios parecen sugerir que se comparten valores y estilos de vida, y que estos actores tienen mucho en común entre sí a pesar de sus distintos orígenes nacionales o motivaciones personales (Altman, 1996).

Por otro lado, también se dan escenarios privados, alejados e incluso resguardados del servicio sexual. Es el caso de Johan, uno de los pocos entrevistados que habla de su hogar en su narración y

que pone de manifiesto cómo en las relaciones personales que establece media un interés monetario (“yo los mantenía” o “he decidido estar solo, a menos que no llegue un buen partido”), de tal forma que el discurso alrededor de su vida privada no se entiende sin hacer referencia a su trayectoria profesional. Es más, usa el mismo lenguaje a la hora de explicar tanto sus relaciones personales como laborales. Pero, más interesante que la cuestión monetaria, es el discurso en torno a la relación, a la búsqueda de estabilidad en una relación y al hecho de que algunos espacios o intercambios sentimentales se respeten o no estén sujetos a negociación. Johan explicó que se había prostituido con su novio pero que su casa y su cama se respetaban: “Son mías y de mi pareja”. También afirmó que no besaba ni se dejaba penetrar por sus clientes; espacios corporales afectivos y sexuales reservados a su novio. De esta manera, el hogar no se entiende como un “escenario” del trabajo sexual y se defiende el simbolismo que tiene como elemento de cohesión de la pareja. Algo similar reportan Bailey, Hutter & Huigen (2010) en su trabajo sobre las trabajadoras sexuales de Goa, India, quienes ven su hogar como un espacio privado y puro al que defienden de la “contaminación” de la vida cotidiana.

Los tiempos de la prostitución masculina siguen fielmente los ritmos del turismo gay y están muy pautados por ciertos horarios, de manera que las prácticas cotidianas siguen una rutina. Este tema ha sido abordado en la geografía *queer* que sostiene que estas prácticas y comportamientos repetidos en espacios específicos dan lugar a identidades (Valentine, 1993; Hubbard, 2002; Nash & Bain, 2007). En el caso concreto de Puerto Vallarta como pusieron de manifiesto todos los entrevistados, la mañana es un tiempo muerto pues tanto los turistas como los trabajadores duermen. El movimiento de turistas gay comienza a partir de las doce del mediodía en la Playa de los Muertos y continúa hasta las seis de la tarde, prácticamente hasta el atardecer, momento en que el bar Blue Chairs recoge las vistosas sillas que le dan nombre. A partir de las ocho de la noche es el momento de los bares cerrados (el Frida, Los Amigos), con una clientela mayor edad, generalmente estadounidense o canadiense. En estos lugares se percibe claramente el “flirteo” entre turistas estadounidenses o canadienses mayores y jóvenes trabajadores mexicanos. Sigue la noche en las discotecas con una clientela juvenil y adulta de menor edad que abre toda la semana. Finalmente, hay una serie de discotecas que comienzan a funcionar a partir de las seis de la mañana.

La prostitución masculina tiene, así pues, unos horarios y unos lugares determinados y muchos de los entrevistados —especialmente aquellos que declararon tener más dificultad para conseguir clientes— los visitan todos en un mismo día, al igual que muchos turistas.

Estamos todo el día despiertos. Es parte del trabajo. Los que somos mayates [hombres que practican sexo con hombres, por dinero y no se declaran homosexuales] tenemos un horario (Francisco, 19 años de edad, originario de Monterrey, Nuevo León).

Este horario laboral coincide con la “cotidianidad” de los turistas, en el contexto de lo efímero de unas vacaciones. Como afirma Hiernaux (2000: 113) el turista puede recrear una “cotidianidad”

distinta a la establecida en su “vida usual”; “una subversión intuitiva del orden” en la que el cuerpo florece en un contexto relajado y la propensión a tener un mayor acercamiento, sexual o no, con otras personas aumenta. En este mismo sentido, Selänniemi (2003) apunta que durante las vacaciones se ponen en circulación una serie de sensaciones y emociones distintas a las de la vida cotidiana. Estas emociones se vehiculan de acuerdo con Clift & Forrest (1999) a través de la búsqueda de encuentros sexuales, que resulta ser una motivación importante en el contexto de unas vacaciones para el colectivo homosexual masculino. El próximo apartado profundiza en las cuestiones relacionadas con el cuerpo y la sexualidad.

EL CUERPO: IDENTIDAD Y NEGOCIACIÓN

Los estudios turísticos no han tomado en cuenta enfoques posestructuralistas y han seguido fielmente las jerarquías dualistas heterosexual/homosexual (Jamal & Hollinshead, 2001). Oswin (2008) opina que la industria turística gay y lésbica enmarca a este colectivo en categorías de mercado fijas, unitarias y heteronormativas y argumenta que las identidades *queer* deberían superar esta dualidad que supone la alineación de las conductas sexuales de acuerdo con patrones socialmente reconocibles y aceptables. Desde esta perspectiva las “heterosexualidades” deberían, al igual que las “homosexualidades”, reflejar una gran variedad de muestras de emociones y prácticas sexuales inscritas en “paisajes” distintos (Hubbard, 2002), e implicarían identidades sexuales y de género difusas, incompletas y múltiples (Howe, 2001). Teniendo esto en mente es que el Toronto Women’s Bathhouse Committee organizó la mencionada actividad dirigida a mujeres en unos baños de la ciudad con la consigna de aceptar a cualquier persona que se sintiera mujer, incluyendo transexuales hombre-mujer y mujer-hombre (Nash & Bain, 2007).

En las entrevistas quedó claro que algunos trabajadores sexuales distinguen entre su identidad sexual (definida a partir de sus preferencias sexuales) y sus actividades sexuales. En algunos casos, además, se da un rechazo claro a cualquier identificación como “homosexual”. Como han podido establecer los estudiosos de este asunto en países de tradición machista, los hombres que penetran a otros hombres no se identifican forzosamente como “homosexuales” y en general no son estigmatizados socialmente, lo cual ocurre en el caso de los varones afeminados que adoptan un papel “pasivo” con otro hombre en las relaciones sexuales (Carrier, 1995; Prieur, 1996, en el caso de México). Iván, en este sentido, reacciona de forma brusca ante lo que él entiende se trata de un cuestionamiento de su sexualidad por parte del entrevistador.

- *Porque tú siempre eres, dijéramos, el macho, ¿no?*
- *Dijéramos, no. Lo soy (Iván, 28 años de edad, originario de la costa de Colima).*

La cuestión de la identidad sexual no está exenta de conflictos en el caso de algunos entrevistados. Fernando, por ejemplo, valora negativamente el trabajo sexual y la proyección del mismo en su propia identidad, lo cual refleja en cierta manera los estereotipos (e incluso el estigma) creados por los grupos dominantes al interior de una cultura heterosexual, e incluso homofóbica.

Queda claro que no todas las prácticas homosexuales derivan en la formación de identidades no-heterosexuales (véase también Mendoza & Medina, 2013). En palabras de Fernando:

- *¿Y actualmente tienes pareja aquí?*
- *He agarrado pareja, pero no me duran nada.*
- *¿Hombres o mujeres?*
- *De las dos, pero la verdad, ya no quiero dedicarme a esto. Entonces, te digo unos cuantos meses más y primeramente Dios, sí Él me cuida, que esté bien de salud y que nunca me falte nada.*
- *¿A ti te gustan los hombres, o sólo lo haces por dinero?*
- *Por el dinero.*
- *¿No te gustan realmente?*
- *Realmente no, y no me quiero dedicar a esto.*
- *Pero, aunque no te quieras dedicar a esto, ¿te gustan sexualmente hablando, o de plano, no? ¿Te atraen físicamente o no?*
- *O sea, me gusta cómo me tocan, pero no es mi destino meterme con gays.* (Fernando, 20 años de edad, originario de Tecomán, Colima).

La materialidad del cuerpo, la forma, la edad, las capacidades físicas, la musculatura, son elementos centrales para entender el turismo sexual. En sentido contrario, el cuerpo envejecido puede erigirse en una “barrera” para el ejercicio del trabajo sexual, dado que los estereotipos negativos sobre el cuerpo envejecido cobran más fuerza dentro de los parámetros de la “cultura gay”, donde la belleza o la juventud se redimensionan y se resignifican a partir de una serie de pautas y comportamientos sociales (Altman, 1996).

En el trabajo de campo resultó evidente la preocupación por la vejez y el paso del tiempo en los entrevistados. De hecho, hombres de más de 25 años se declaraban “viejos” y anunciaban su eventual retirada del trabajo sexual por este motivo. La preocupación por la juventud (o la pérdida de la misma) es una constante en los entrevistados de mayor edad. Iván, por ejemplo, de 28 años, originario de un pueblo costero de Colima, afirma que “está mayor” e intuye que dejará este trabajo en breve. De la misma manera, aquellos turistas que por su edad, su apariencia física o por otros motivos, creen no cubrir los requisitos “físicos” para acercarse a otros hombres en bares o discotecas (el cuerpo como “barrera”) ven en la prostitución una actividad visible y “aceptada” en Puerto Vallarta, una forma de acceso al sexo. El perfil de los clientes que deriva de las entrevistas se podría resumir como “gringos”, blancos, viejitos, señores. Esto coincide con el estudio de Herold, García & De Moya (2001) acerca de la prostitución masculina con mujeres en Santo Domingo, República Dominicana, en el que los “beach boys” entrevistados, todos de raza negra, preferían mujeres de más de 40 años y con sobrepeso que en su opinión resultaban ser mejores clientes.

Los entrevistados para este estudio eran todos jóvenes y delgados, aunque no forzosamente atléticos, y respondían en cierta manera al estereotipo del “mexicano”: “macho” (independientemente del papel preferido en las relaciones sexuales) y moreno. Johan lo describe de forma clara en sus entrevistas:

Yo no tengo mucho pegue [éxito] con los gringos. Como que no les gusto, porque soy güero [rubio]. Pero, en el DF [Distrito Federal], es otro rollo (Johan, 22 años de edad, originario del Distrito Federal).

En línea con otros estudios sobre turismo sexual los clientes, además del “color”, buscan un estereotipo de hombre masculino. En este sentido Liguori & Aggleton (1999) concluyen que los trabajadores sexuales de los baños públicos de la ciudad de México no sólo “venden su cuerpo” sino también “venden una actitud” masculina. Cantú (2002), por su parte, apunta que la industria turística masculina homosexual se sustenta en estereotipos raciales del imaginario *gay* occidental sobre el “macho mexicano”. En esta línea y retomando párrafos de dos entrevistas:

- *¿Pero qué crees que les atrae de ti?*
- *Pues mi carisma, yo creo, y lo misterioso que soy.*
- *¿Algo más?*
- *Y lo masculino que me ven.*

(Iván, 28 años de edad, originario de la costa de Colima).

- *¿Qué crees que los clientes busquen en ti?*
- *Pues se puede decir masculinidad, mi cuerpo.*

(Alberto, 17 años de edad, originario de Puerto Vallarta).

Como también pone de manifiesto Alberto, la masculinidad se vehicula a través del órgano sexual, objeto de deseo para muchos turistas. En el mismo sentido, Johan de 22 años de edad y nacido en el Distrito Federal, se anuncia en Internet con una foto explícita de su cuerpo sin cara, de tal suerte que su pene es su tarjeta de presentación, y afirma que los clientes buscan su “gracia” de 22 centímetros. De la misma manera, en un estudio sobre prostitución masculina con mujeres en Barbados y Jamaica, se concluyó que efectivamente el tamaño del pene era relevante para estas turistas que fantaseaban con tener sexo con hombres negros de estas islas con fama de ser “excelentes amantes” (De Albuquerque, 1998).

Habría que matizar, no obstante, que en algunas entrevistas la “transacción” no se reduce a cuestiones monetarias o al cuerpo, ya que se dan una serie de intangibles en la relación que se establece entre las dos personas aunque esté mediada por el dinero. El tema de la compañía, o sea que los clientes no buscan exclusivamente sexo, surge en la mayoría de las entrevistas:

- ¿Y cómo en qué momento les dices yo me dedico a... .o yo cobro? ¿cómo pides dinero? ¿cómo se lo dices?
- Mira, yo no tengo una tarifa, entonces... estoy con ellos y... les platico mi situación, que necesito pagar renta, que tengo un trabajo y ellos comprenden esto, porque es gente que de alguna manera vive sola y comprende la situación ¿no? y te ofrecen su ayuda y...
- ¿Valoran la compañía?
- Sí, valoran la compañía. Les agrada ayudar.

(José Manuel, 25 años de edad, originario de Guadalajara, Jalisco).

Como señalan Oppermann (1999) y McKercher & Bauer (2003) la prostitución es un fenómeno que va más allá de la pura transacción monetaria. Aunque el dinero es el medio a partir del cual se establece la relación entre cliente y trabajador sexual, a veces esta negociación incluye otros imponderables como la compañía. En otros casos, además, la transacción comercial no se negocia de forma directa sino que se pide ayuda monetaria para hacer frente a gastos no previstos o a través de regalos, como es el caso de José Manuel citado anteriormente. Como afirma Oppermann (1999) una interpretación de la prostitución que se limite al dinero reduce la complejidad del fenómeno del turismo sexual.

El hecho es que una buena parte de los entrevistados conciben el uso que hacen de su cuerpo en independencia de su identidad sexual. Como menciona Altman (1996: 162): *La mayor parte de la gente que se involucra en el sexo a cambio de dinero no tiene conciencia de que ello implica una identidad [...] Es un hecho que el dinero está presente en una gran cantidad de encuentros sexuales, y que la gran mayoría de esas transacciones no involucra a personas que se identifican a sí mismas como trabajadores profesionales del sexo, sino que ven el asunto como una entre varias estrategias para sobrevivir.*

CONCLUSIONES

La mayoría de las geografías de la sexualidad se han realizado desde la escuela anglosajona (Knopp, 1992; Bell & Valentine, 1995; Nast, 2002; Nash, 2006; Bassi, 2006, entre otros). Las aportaciones críticas desde esta escuela han coincidido en poner de relieve las construcciones occidentales en torno a la sexualidad y, en algunos trabajos sobre el turismo, se han abordado relaciones de poder o estructuras jerárquicas basadas en distinciones nacionales o características raciales (Nast, 2002; Puar, 2002; Browne, 2006). Sin embargo, incluso en estos estudios críticos con la mirada o perspectiva occidental, es difícil no observar cierta condescendencia en los análisis, revestida a veces de discurso contestatario.

En el caso del turismo sexual en Puerto Vallarta y rescatando la idea de Cantú (2002), la identidad turística gay no funciona como fuerza global opresora. La relación turista-trabajador sexual se basa en encuentros delimitados y definidos a partir de lugares concretos y se negocian a partir de

situaciones personales inmersas, eso sí, en una matriz sociocultural más que política, que hunde sus raíces en diferencias de clase y origen. A pesar de que las narrativas de los entrevistados se revisten de “normalidad” (su entrada en el trabajo sexual, por ejemplo), resulta evidente que el servicio sexual es necesario para mantener un cierto estilo de vida *gay* en la ciudad; el cual no pasa forzosamente por la transacción monetaria a cambio de sexo sino que se puede vehicular a través de invitaciones o pagos indirectos en el marco de un “encuentro fortuito” que puede durar varios días.

La relación entre la práctica del trabajo sexual y los procesos identitarios en los trabajadores sexuales es compleja. En algunos casos, estos procesos son inacabados, ambiguos y contradictorios con la práctica del servicio sexual. En otros, el proceso identitario adquiere tintes contestatarios y se resignifica (y redimensiona y afianza) en el contexto de un lugar marcadamente *gay* (donde el territorio es visiblemente definido como tal), como es el Viejo Vallarta. Aquí, “chicos de provincia” — algunos abiertamente homosexuales y otros no, pero en la mayoría de los casos sin previo contacto con el trabajo sexual— entran de manera “natural” y hasta cierto punto “no voluntaria” en esta actividad. De esta forma se externaliza la culpa, ya que se trata de un trabajo que encontraron y no de uno que buscaron y se internaliza el placer, aunque en algunos casos se niegue.

En el contexto del turismo sexual en Puerto Vallarta se observan varias pautas de comportamiento que se repiten en las entrevistas. Por un lado, el miedo a la vejez y a la degradación física, a pesar de que la mayoría de los trabajadores sexuales contactados afirmó que el interés del turista era mayormente la búsqueda de lo exótico (o, en sus palabras, la búsqueda de lo mexicano, asociado a un cierto color de piel, unos atributos o una actitud “masculina”) o, en otros casos, la compañía (y no tanto el sexo). Por otro lado, los tiempos y los espacios de la prostitución están profundamente marcados por la dinámica del turismo extranjero homosexual que reproduce unos horarios y unos lugares de diversión muy pautados (una cierta “cotidianidad”). Más importante, sin embargo, es el hecho de que para la mayoría de los entrevistados, la prostitución es mucho más que un trabajo. Su vida, a veces desenfadada a veces no, gira en torno al mundo creado en relación con esta actividad que en realidad reproduce el mismo “circuito” *gay* de los turistas con la única salvedad de que estas personas cobran por una actividad. No obstante, la imbricación de tiempos y espacios es tal que algunos entrevistados no distinguen entre su vida personal y profesional, e interiorizan incluso discursos y pautas de su trabajo en sus relaciones de pareja.

Los entrevistados, por otro lado, se mueven en “espacios de vida” a partir de ciertos “escenarios” pero no establecen un “espacio vivido”, el cual implicaría cierto arraigo identitario al lugar. Puerto Vallarta, entendido como lugar, no los dota de identidad pues la visión que tienen de la ciudad es de orden funcional. Sin embargo, Puerto Vallarta posibilita la construcción de una identidad en relación con la preferencia sexual que no forzosamente pasa por definirse como “*gay*” y que no es posible en sus lugares de origen.

En cuanto a las pautas de investigación a futuro que se perfilan en esta investigación (en parte por las características del propio trabajo de campo centrado exclusivamente en los sexoservidores), se podría profundizar en los procesos de interrelación cliente-trabajador sexual, en lo que se podrían considerar “espacios de deseo” a partir de lo que llaman algunos autores “subjetividades eróticas” (Frohlick, 2007; Nash & Bain, 2007; Brown, 2008).

Este artículo forma parte del proyecto sobre turismo sexual masculino de la UNAM, coordinado por Álvaro López, del Instituto de Geografía. El autor desea agradecer el apoyo de Patricia Medina, de la Universidad de Guadalajara, campus Vallarta, y Adrián Estrada, estudiante de la Licenciatura en Geografía Humana de la Universidad Autónoma Metropolitana, campus Iztapalapa, para la realización del trabajo de campo en Puerto Vallarta.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Altman, D.** (1996) “Rupture or continuity?: The internationalization of gay identities”. *Social Text* 48: 77-94
- Bailey, A.; Hutter, I. & Huigen, P.** (2010) “The spatial-cultural configuration of sex work in Goa India”. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geographie* 102(2): 162-175
- Bassi, C.** (2006) “Riding the dialectical waves of gay political economy: A story from Birmingham’s commercial gay scene”. *Antipode* 38(2): 213-235
- Bell, D. & Valentine, G.** (1995) “Mapping desire: Geographies of sexualities”. Routledge, Londres
- Binnie, J. & Valentine, G.** (1999) “Geographies of sexualities: A review of progress”. *Progress in Human Geography* 23(2): 175-187
- Boushaba, A.; Tawil, O.; Imane, L. & Himmich, H.** (1999) “Marginalization and vulnerability: Male sex work in Morocco”. En: Aggleton, P. (coord.) *Men Who Sell Sex: International Perspectives on Male Prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Filadelfia, pp. 263-274
- Brown, G.** (2008) “Ceramics, clothing and other bodies: Affective Geographies of homoerotic cruising encounters”. *Social & Cultural Geography* 9(8): 915-932
- Browne, K.** (2006) “Challenging queer geographies”. *Antipode* 38(5): 885-893
- Cantú, L.** (2002) “De ambiente: Queer tourism and shifting boundaries of Mexican male sexualities”. *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 8(1-2): 139-166
- Carrier, J.** (1995) “De los otros: intimacy and homosexuality among Mexican men”. Columbia University Press, Nueva York
- César, A. & Arnáiz, S.** (2006) “Bahía de Banderas a futuro. Construyendo el Porvenir 2000-2025”. Universidad de Guadalajara, Puerto Vallarta
- Clift, S. & Forrest, S.** (1999) “Gay men and tourism: Destinations and holiday motivations”. *Tourism Management* 20: 615-625
- Clift, S. & Carter, S.** (2000) “Tourism and sex: culture commerce and coercion”. Pinter, Londres
- De Albuquerque, K.** (1998) “In search of the Big Bamboo”. *Transition* 77: 48-57

- De Moya, E. A. & García, R.** (1999) "Three decades of male sex work in Santo Domingo". En: Aggleton, P. (coord.) *Men who sell sex: International perspectives on male prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Filadelfia, pp. 127-140
- Frohlick, S.** (2007) "Fluid exchanges: The negotiation of intimacy between tourist women and local men in a transnational town in Caribbean Costa Rica". *City & Society* 19(1): 139-168
- Gorman-Murray, A.** (2009) "Intimate mobilities: Emotional embodiment and queer migration". *Social & Cultural Geography* 10(4): 441-460
- Herold, E.; García, R. & De Moya, T.** (2001) "Female tourists and beach boys: Romance or sex tourism?" *Annals of Tourism Research* 28(4): 978-997
- Hiernaux, D.** (2000) "La fuerza de lo efímero: Apuntes sobre la construcción de la vida cotidiana en el turismo". En: Lindón, A. (coord.) *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. Anthropos/El Colegio Mexiquense/Universidad Nacional Autónoma de México, Barcelona, pp. 95-122
- Howe, A. C.** (2001) "Queer pilgrimage: The San Francisco homeland and identity tourism". *Cultural Anthropology* 16(1): 35-61
- Hubbard, P.** (2002) "Sexing the self: Geographies of engagement and encounter". *Social & Cultural Geography* 3(4): 365-381
- Hughes H.** (2002) "Gay men's destination choice: A case of risk and avoidance". *International Journal of Tourism Research* 4(4): 299-312
- Hughes, H.; Monterrubio, J. C. & Miller, A.** (2010) "'Gay' tourists and host community attitudes". *International Journal of Tourism Research* 12(6): 774-786
- Jamal, T. & Hollinshead, K.** (2001) "Tourism and the forbidden zone: The undeserved power of qualitative inquiry". *Tourism Management* 22: 63-82
- Knopp, L.** (1992) "Sexuality and the spatial dynamics of capitalism". *Environment and Planning D: Society and Space* 10: 671-689
- Liguori, A. L. & Aggleton, P.** (1999) "Aspects of male sex work in Mexico City". En: Aggleton, P. (coord.) *Men Who Sell Sex: International Perspectives on Male Prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Filadelfia, pp. 103-126
- López, Á. & Van Broeck, A. M.** (2013) "Turismo y sexo en México: Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria". Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Geografía, México
- McKercher, B. & Bauer, T. B.** (2003) "Conceptual framework of the nexus between tourism, romance, and sex". En: Bauer, T. G. & McKercher, B. (coords.) *Sex and Tourism: Journeys of Romance, Love, and Lust*. Haworth Press, Binghamton, Nueva York, pp. 3-18
- Mendoza, C. & Medina, P.** (2013) "Turismo sexual gay en Puerto Vallarta". En: López, Á. & Van Broeck, A. M. (coords.) *Turismo y sexo en México: Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria*. Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Geografía, México, pp. 261-292
- Munguía, C.** (1994) "Panorama histórico de Puerto Vallarta y de la Bahía de Banderas". Secretaría de Cultura del Ayuntamiento de Puerto Vallarta y Gobierno de Jalisco, Puerto Vallarta

- Nash, C. J.** (2006) "Toronto's gay village (1969–1982): Plotting the politics of gay identity". *The Canadian Geographer / Le géographe canadien* 50(1): 1–16
- Nash, C. J. & Bain, A.** (2007) "'Reclaiming raunch'? Spatializing queer identities at Toronto women's bathhouse events". *Social & Cultural Geography* 8(1): 47–62
- Nast, H. J.** (2002) "Prologue: crosscurrents". *Antipode* (Special Issue "Queer Patriarchies, Queer Racisms, International"): 835–844
- Oppermann, M.** (1999) "Sex tourism". *Annals of Tourism Research* 26(2): 251–266.
- Oswin, N.** (2008) "Critical Geographies and the uses of sexuality: Deconstructing queer space". *Progress in Human Geography* 32(1): 89–103
- Prieur, A.** (1996) "Domination and desire: Male homosexuality and the construction of masculinity in Mexico". En: Melhuus, M. & Stølen, K. A. (coords.) *Machos, Mistresses and Madonnas: Contesting the Power of Latin American Gender Imagery*. Verso, Londres, pp. 83–107
- Puar, J.** (2002) "A transnational feminist critique of queer tourism". *Antipode* 34(5): 935–946
- Sánchez, Á. & López, Á.** (1997) "Gay male places of Mexico City". En: Brent, G.; Ingram, A.; Bouthillette, M. & Retter, Y. (coords.) *Queers in Space: Communities/Public Places/Sites of Resistance*. Bay Press, Washington, pp. 197–212
- Secretaría de Turismo del Gobierno de Jalisco** (2006) "Anuarios estadísticos". Guadalajara
- Selänniemi, T.** (2003) "On holiday in the liminoid playground: Place, time, and self in tourism". En: Bauer, T. G. & McKercher, B. (coords.) *Sex and Tourism: Journeys of Romance, Love, and Lust*. Haworth Press, Binghamton, Nueva York, pp. 19–33
- Tattelman, I.** (2000) "Presenting a queer [bath]House". En: Boone, J. A.; Silverman, D.; Sarver, C.; Quimby, K.; Dupuis, M.; Meeker, M. & Weatherston, R. (coords.) *Queer Frontiers: Millennial Geographies, Genders, and Generations*. University of Wisconsin Press, Madison, pp. 222–257
- Torres, A.** (2006) "Se consolida Vallarta como paraíso gay en México". *Anodis.com Agencia de Noticias sobre Diversidad Sexual*. Disponible en: <http://www.anodis.com/nota/6204.asp>. Acceso el 15 de julio de 2013
- Valentine, G.** (1993) "Hetero-sexing space: Lesbian perceptions and experiences of everyday spaces". *Environment and Planning D: Society and Space* 9: 395–413
- Veijola, S. & Jokinen, F.** (1994) "The body in tourism". *Theory, culture and society* 11: 1–22
- Vidal Aldana, A. R.** (2007) "Turismo gay en Puerto Vallarta: Una oportunidad para la diversificación del producto turístico". *Gaceta CUC. Órgano informativo del Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara*, 48: 9–10. Disponible en: <http://www.cuc.udg.mx/gaceta-CUC/gaceta-CUC/Gaceta48/8.pdf>. Acceso el 24 de julio de 2012
- Waitt, G.; Markwell, K. & Gorman-Murray, A.** (2008) "Challenging heteronormativity in tourism studies: Locating progress". *Progress in Human Geography* 32(6): 781–800

Recibido el 28 de abril de 2015

Reenviado el 8 de junio de 2015

Aceptado el 16 de junio de 2015

Arbitrado anónimamente

CONSTRUCCIONES SOCIOCULTURALES DE LA PLAYA NUDISTA**Entre lo liminar y el homoerotismo**

Juan Carlos Monterrubio*
Universidad Autónoma del Estado de México
Texcoco, México

Resumen: A partir de la función liminar del turismo y del homoerotismo como marco de análisis se caracterizan las diversas construcciones socioculturales de una playa nudista en el Pacífico sur de México. El estudio revela que las interacciones entre visitantes varones a la playa dan lugar a significados y prácticas diversos que definen colectivamente el uso del espacio turístico-recreativo. La playa nudista es depositaria de múltiples construcciones definidas en lo particular por la cultura propia de los actores sociales participantes. Se concluye que la construcción de la playa nudista es altamente compleja, toda vez que en ella convergen lo liminar, el homoerotismo y la multiculturalidad.

PALABRAS CLAVE: playa nudista, homoerotismo, función liminar del turismo, multiculturalidad, Zipolite.

Abstract: Socio-cultural Constructions of the Nude Beach. Between Liminality and Homoeroticism. The liminal role of tourism and homoeroticism serve as analytical references for an analysis of the various cultural constructions in a nude beach in the southern Pacific coast of Mexico. The study reveals that the interactions of male visitors to the beach lend it different meanings that collectively define the use of tourist and recreational space. The construction of the nudist beach is defined by the culture of the participating actors, and presents a highly complex network where the liminal, the homoerotic and the multicultural converge.

KEY WORDS: Nude beach, homoeroticism, liminal role of tourism, multicultural relations, Zipolite.

INTRODUCCIÓN

Como cualquier otro espacio, la playa turística se construye a través de prácticas sociales y sus usuarios le atribuyen diversos significados que a su vez redefinen los tipos de prácticas sociales (turísticas y recreativas). El turismo cumple una función liminar. Los entornos turísticos ofrecen un escenario distinto al cotidiano y una identidad anónima y con ello los comportamientos suelen ser distintos (y en ocasiones transgresores) a aquellos que responden a las normas socioculturales impuestas a la cotidianidad.

Como otros comportamientos socialmente restringidos, la práctica del nudismo se vale de la función liminar del turismo. Las denominadas “playas gay” se construyen a partir de las interacciones de sus visitantes y los usos y significados que éstos les atribuyen. Aunque las playas nudistas han

* Doctor en Turismo por la Universidad Metropolitana de Manchester, Manchester, Reino Unido. Es Profesor en el Centro Universitario UAEM Texcoco de la Universidad Autónoma del Estado de México, Texcoco, México. E-mail: jmonterrubio@yahoo.com.mx

sido objeto de estudio en distintos contextos internacionales poco se conoce acerca de las construcciones de éstas en el marco de las interacciones entre varones y mucho menos en el caso mexicano.

El presente artículo se propone identificar las diversas construcciones socioculturales de la playa nudista a partir del análisis de las prácticas entre varones vinculados eróticamente con otros varones. Para tal efecto, se discuten primero la construcción del espacio y la función liminar del turismo como punto de partida teórico que permitirá analizar las playas nudistas *gay* en su dimensión homoerótica. Los hallazgos del estudio de caso se describen en términos de tres tópicos generales: la playa como espacio liminar, la apropiación social de la playa y las prácticas entre varones que tienen lugar en ella.

MARCO TEÓRICO

La función liminar del turismo

Todo lugar es un espacio social y culturalmente construido con significados y valores individuales y colectivos. Las personas identifican, representan, narran, perciben, sienten, entienden e imaginan los lugares, y con ello los construyen de muy distintas maneras (Gieryn, 2000). Los lugares poseen significados que determinan los comportamientos de las personas, y a través de esos comportamientos compartidos, las personas determinan a los lugares.

La construcción de un lugar está fundada en el contexto físico, las actividades y las intenciones y significados de esas actividades (Selänniemi, 2003). Los lugares turísticos suelen ser sitios de encuentros y prácticas sociales diversos cargados de múltiples significados (Crouch, 2000).

El carácter liminar del turismo influye en los comportamientos de los turistas que suelen ser distintos a los adoptados en la vida cotidiana. El turismo implica un respiro de la vida diaria de los individuos y provee a los turistas la oportunidad de viajar y experimentar en espacios poco familiares y no regulados bajo una identidad anónima (McKercher & Bauer, 2003). Debido a lo liminar en el turismo los turistas suelen adoptar una serie de prácticas que pueden ser socialmente condenadas. La importancia de esta función ha conducido a algunos a considerar a lo liminar como una forma de turismo en sí misma: el turismo marginal (Prat, 2010). Al igual que las actividades en casa, las prácticas y actividades adoptadas durante los viajes turísticos poseen también significados.

La función liminar del turismo tiene un efecto especial en lo que ha sido concebido comúnmente como el turista "*gay*". Debido a que algunos homosexuales requieren viajar a otros lugares para ser ellos mismos (Hughes, 1997), experimentan una transición no sólo espacial y temporal sino también transformaciones mentales y conductuales. La transgresión temporal de los entornos familiares y de

la vida cotidiana modifica el estado psicológico, la conducta y la forma en que los turistas perciben y experimentan su entorno, incluyendo su propia sexualidad y la de otros (Selänniemi, 2003).

Los significados que surgen de estas transgresiones también se transforman. La función liminar del turismo por tanto da forma a la manera en que los homosexuales dan significado a los espacios turísticos y a sus propias vidas a través de las prácticas sociales y comportamientos, muchos de ellos sexuados. Pese a que el papel liminar del turismo puede ayudar a explicar los comportamientos de los turistas homosexuales, existe poca evidencia empírica en cuanto a las prácticas y significados que los turistas varones asignan a sus experiencias sociales, eróticas y sexuales en espacios públicos de recreación.

La playa nudista

Entre las acciones que contribuyen a construir la playa nudista como espacio de recreación están la representación de la libertad y del escape de las reglas sociales y culturales (Preston-Whyte, 2004). Comúnmente adoptada como un sitio para el baño, el surf, la relajación y la espiritualidad, la playa puede también dar cabida a comportamientos transgresivos como el nudismo además de otros comportamientos estigmatizados. Las playas nudistas se convierten así en un espacio liminar y no regulado en donde un número considerable de prácticas sociales y comportamientos poco aceptados socialmente, y comúnmente reprimidos en el entorno cotidiano, se hacen presentes.

Según la filosofía del naturismo, la playa nudista es un espacio ideal para el encuentro con los elementos naturales como el mar, el sol, el viento y el cuerpo humano (Barthe-Deloizy, 2003). El contacto directo con el cuerpo desnudo en el ambiente natural de la playa puede ser visto como una forma de escapar de las imposiciones sociales que el vestido, también como un constructo sociocultural, puede significar para algunos. Asimismo, la práctica del desnudo público en las playas está muy asociada a la experiencia individual y familiar de relajación y socialización con gente con pensamientos, filosofías y prácticas similares (Douglas, Rasmussen & Flanagan, 1977). La misma práctica permite a los individuos relajarse y liberar las tensiones de la vida cotidiana (Preston-Whyte, 2004), pero a la vez construir y dar significados a sus espacios públicos de recreación.

La playa nudista es también un escenario ideal para los comportamientos sexuales. La playa nudista pública es atractiva en la medida en que ofrece un número amplio de oportunidades para los nudistas, desde voyerismo y exhibicionismo, hasta el coito y otras experiencias ampliamente determinadas por los significados que les atribuyen los actores sociales. Estudios como el de Andriotis (2010), Douglas, Rasmussen & Flanagan (1977), Jaurand (2005), Schoemaker (2006) y Prat (2010) han evidenciado dichas prácticas. Aunque la actividad sexual al aire libre en las playas puede ser rara en algunos espacios, suele suceder en las playas nudistas. En las playas nudistas aisladas ha habido siempre encuentros sexuales, simplemente porque su aislamiento los hace menos visibles (Douglas, Rasmussen & Flanagan, 1977). La playa nudista también representa un medio para

escapar de la represión normativa y las normas sociales y para validar identidades sexuales para los individuos, entre ellos los homosexuales (Jaurand, 2005). De esta forma, la playa nudista es también construida como un espacio sexual liminar.

La playa nudista y el homoerotismo

La bibliografía especializada consigna que las escenas homosexuales masculinas son parte de la mayoría de las playas nudistas. Las llamadas “playas nudistas *gay*” se distinguen claramente de las heterosexuales, ya sea mediante delimitaciones físicas o sociales, y los nudistas homosexuales las identifican fácilmente (Andriotis, 2010; Douglas, Rasmussen & Flanagan, 1977; Jaurand, 2005). La mayoría de las fuentes consultadas para este artículo reporta, ya sea de manera breve o profunda, el componente homosexual que comúnmente prevalece en las playas nudistas. Estos aspectos parecen ser tan prominentes en la realidad social y espacial de este tipo de playas que los conceptos de “playa *gay*” y “playa nudista *gay*” son constructos frecuentemente citados en la investigación académica (Andriotis, 2010; Douglas, Rasmussen & Flanagan, 1977; Jaurand, 2005; Schoemaker, 2006).

La popularidad de la playa nudista entre varones ha sido explicada en términos de los roles que estas playas juegan en sus vidas y en las construcciones del “yo” y del “nosotros”. La playa nudista *gay*, a diferencia de los centros urbanos, por ejemplo, ofrece a los varones homosexuales un lugar en el que las diversas interacciones homoeróticas son claramente visibles tanto al aire libre como en espacios públicos (Barthe-Deloizy & Jaurand, 2005). Estas playas ofrecen a los nudistas *gay* la oportunidad de alejarse de las restricciones sociales. Como señala Andriotis (2010: 1091-1092) la playa nudista “*sirve como una respuesta indirecta a la opresión que ellos sienten al ofrecerles la oportunidad de quitarse las ‘máscaras’ que normalmente usan para esconder su sexualidad del mundo heterosexual, e involucrarse en actividades no permitidas en espacio heterosexuales*”.

La playa nudista por lo tanto ofrece oportunidades para reforzar identidades asociadas a las prácticas sexuales con personas del mismo sexo (Jaurand, 2005). “*La playa gay [...] funciona como un territorio de homosocialización en el que la comunidad homosexual desarrolla sus prácticas, sus normas y juega un papel de actor espacial [...] los homosexuales crean sus propias leyes en la playa gay*” (Jaurand, 2005: 72).

En este sentido, algunos estudios con evidencia empírica han demostrado que el componente sexual del nudismo es más prominente al interior de las comunidades homosexuales (Douglas, Rasmussen & Flanagan, 1977; Schoemaker, 2006). Por tanto, no sorprende que a las denominadas playas *gay* se las caracterice como lugares para el consumo sexual (Barthe-Deloizy, 2003; Barthe-Deloizy & Jaurand, 2005). Esto coincide en parte con la presunción de que las escenas sexuales en espacios abiertos han sido por mucho tiempo centrales para las culturas *gay* (Bell & Holliday, 2000). Como en las playas heterosexuales, el comportamiento sexual también se hace presente en las

playas visitadas por homosexuales, en ocasiones en su variante más “agresiva” (Schoemaker, 2006). Entre las actividades reportadas en diversos contextos están el voyerismo, el exhibicionismo, la masturbación, el sexo oral y el *swinging*, por mencionar algunos (Andriotis, 2010; Douglas, Rasmussen & Flanagan, 1977; Prat, 2010; Schoemaker, 2006).

No obstante, en el estudio de las playas nudistas se ha descuidado considerablemente el amplio número de prácticas sexuales y no sexuales entre varones, así como los significados que éstos les asignan a sus prácticas y al lugar en el que las realizan. Poco se conoce acerca de estas construcciones, particularmente en México, en donde las relaciones entre varones son más sensibles, no sólo a las dimensiones de orientación sexual como tal sino a las particularidades culturales mismas (Núñez, 2001).

Homoerotismo

El término “*gay*” ha sido por mucho tiempo la etiqueta dominante entre los hombres que se identifican a sí mismos a partir de su interés sexual por otros hombres (Nardi, 2000). Sin embargo, esta noción deja fuera el complejo continuo de las prácticas sexuales, identidades y significados definidos en contextos culturales específicos. Como señala Cantú (2002), la “*identidad gay*” como se entiende en los contextos anglosajones, no existe en otros contextos en los que la identidad y cultura entre varones se construyen no sólo a partir del sexo biológico de la pareja sexual sino, entre otros factores, en los roles de “activo” o “pasivo” en los actos sexuales, en el tipo de involucramiento (sexual o sentimental), o en el grado de exhibición pública (Kutsche, 1995; Arboleda, 1995; Carrier, 1995; Chant & Craske, 2002; Murray, 1995), todos ellos definidos culturalmente.

De esta forma, la propuesta de “homoerotismo” (Núñez, 2001) ofrece un marco de entendimiento más amplio acerca de las interacciones eróticas y sexuales entre varones, así como de las prácticas sociales y los significados que surgen de tales interacciones. El homoerotismo reconoce, por un lado, que los individuos que de alguna forma están sexual o emocionalmente asociados a personas de su mismo sexo pueden adoptar un sinnúmero de prácticas y subjetividades. Reconoce que los varones que se vinculan eróticamente con otros hombres pueden o no autodefinirse como gay, homosexual o cualquier otra categorización etnocéntrica, académica o médica ya establecida.

Esta noción permite por lo tanto analizar lugares, incluyendo las playas nudistas, cuyos significados y atribuciones sociales están enmarcados por las diversas interacciones sociales, culturales y sexuales entre varones y por sus subjetividades. El uso del concepto de playa nudista “*gay*” en el estudio de las prácticas y significados sociales atribuidos a la playa simplificaría significativamente las innumerables prácticas y significados existentes entre varones en contextos culturales específicos. Así pues, quizás sea más conveniente hablar de la playa nudista homoerótica.

MARCO CONTEXTUAL

Zipolite es un destino turístico de playa relativamente pequeño en el Pacífico sur mexicano. Su popularidad comenzó en los años 1970 a partir de la visita de “hippies”. Desde entonces, el nudismo se convirtió en una característica relevante y de atracción para el destino (Pérez, 1978). La playa, de casi dos kilómetros de largo, es probablemente la primera playa nudista de México, visitada por turistas nacionales e internacionales. Los “mochileros”, en particular, representan una parte considerable de los flujos de turistas internacionales en el destino. Teóricamente puede categorizarse como playa nudista “tolerada” (*plage nudiste tolérée*) (Jaurand & de-Luze, 2004), debido a que no existen ni autorización ni reprobación oficial y la práctica del nudismo se basa en el derecho al uso del espacio público.

El destino es relativamente rústico en términos de planta turística, aunque en años recientes ha habido un desarrollo significativo y cambios en el tipo de establecimientos de servicios turísticos. La infraestructura de hospedaje y otros servicios es básica y relativamente accesible para los turistas internacionales y nacionales de bajo presupuesto. El atractivo principal del destino recae en el desarrollo rústico, la belleza natural, el ambiente pacífico y la atmósfera liberal, incluyendo la práctica del nudismo, el consumo de drogas y su popularidad como un “destino gay” (Brenner & Fricke, 2007).

La playa puede dividirse en tres secciones principales: la parte oriental, la media y la occidental. Aunque se la identifica como destino nudista, el nudismo se limita a sólo una parte de la playa. La parte media, la de mayor extensión, es visitada principalmente por heterosexuales incluyendo algunas familias, aunque también llegan a verse parejas heterosexuales desnudas a lo largo de esta sección. Las partes oriental y occidental son más populares entre los nudistas principalmente varones. A la parte oriental, mejor conocida como “Playa del amor”, se llega después de subir una pequeña colina que la separa del resto de la playa. Ahí se concentra la mayor parte de los visitantes varones, y con ello gran parte de las interacciones sociales y comportamientos liminares (Figura 1). La “Playa del amor” se convierte, así pues, en un lugar liminar en la medida en que se construye como un espacio “no regulado” en el que se intersectan prácticas sociales entre varones, como el nudismo y el homoerotismo.

Aunque la gran mayoría de los visitantes llega durante las principales temporadas turísticas (vacaciones de Semana Santa, verano y diciembre), prácticamente todo el año hay turistas.

Figura 1: Parte oriental de Zipolite, “Playa del Amor”



Fuente: Fotografía del autor

EL ESTUDIO

Los métodos cualitativos han sido de gran utilidad en el estudio de las dinámicas sociales entre varones en playas nudistas. Aunque no enfocado exclusivamente en las relaciones entre varones, el trabajo de Douglas, Rasmussen & Flanagan (1977) ofrece un claro ejemplo de la utilidad de dichos métodos. Concibiendo el sentir, la comunicación y las acciones del cuerpo humano como elementos socialmente importantes, los autores adoptaron un método etnográfico y se convirtieron en “unos más entre ellos” (*went native*) para lograr entender los varios fenómenos y describir los comportamientos sexuales entre nudistas, entre ellos los de los varones. Basado en entrevistas en profundidad y dos meses de intenso trabajo de campo etnográfico, el estudio de Schoemaker (2006) ofrece otro ejemplo del valor metodológico de las aproximaciones cualitativas. De acuerdo con la autora, una metodología etnográfica en el estudio de la playa nudista y sus construcciones sociales y sexuales, incluyendo las de carácter homosexual, ofrece una perspectiva única para entender un fenómeno grande pero relativamente invisible. Más recientemente, el trabajo de Andriotis (2010) sobre los oasis eróticos en Creta reconoce el valor de los métodos etnográficos para acceder a información que a través de otros métodos no sería tan fácilmente revelada.

El presente estudio es parte de un proyecto mayor de naturaleza cualitativa y longitudinal que inició en 2005, acerca de los comportamientos de los varones en Zipolite y sus usos del espacio. Los hallazgos en términos de las diversas prácticas sociales y sexuales entre varones visitantes en la parte oriental de la playa derivan del trabajo de campo apoyado en observaciones directas, entrevistas semiestructuradas y conversaciones con turistas y otros visitantes varones.

HALLAZGOS

La playa como espacio liminar entre varones

Los resultados de las observaciones y las entrevistas revelan que la playa es un espacio de interacción entre varones en el que se construyen identidades, se asignan significados y se negocian y ejecutan prácticas (algunas de ellas sexuales). Parece existir una diferencia importante entre los turistas nacionales y los extranjeros en cuanto a su autodefinición sexual, sus prácticas y las subjetividades asociadas a la playa. Esto puede explicarse por el hecho de que en México, quizás con mayor magnitud que en algunos otros países del Occidente, las prácticas y significados son significativamente sensibles a las especificidades culturales. Tomando en cuenta que las descripciones antropológicas sensibles a las categorizaciones culturales parecen ser más adecuadas para el estudio del homoerotismo (Núñez, 2001), la mayoría de los resultados descritos a continuación se refiere a los visitantes nacionales.

Existe un abanico de autodefiniciones y posibles identidades sexuales. Un gran número de visitantes (especialmente los que proceden de grandes ciudades del país, entre ellas la Ciudad de México) se autodefinen como “gay” y tienden a concebir a la playa como una playa nudista gay. Para ellos, Zipolite es una de las pocas playas del país en las que dominan los varones gay. Esto les ofrece un sentido de tener un espacio especial para ellos, lo cual los hace sentir parte de una comunidad, aunque sea sólo de manera temporal. La playa les permite reconocerse y aceptarse individual y colectivamente y hacerse visibles no sólo como un grupo que comparte una orientación o conducta específica sino, para muchos de ellos, también por compartir prácticas socialmente criticadas, entre ellas el nudismo, en un mismo espacio.

Las autodefiniciones, sin embargo, son variables y muy complejas. Algunos varones se consideran a ellos mismos como homosexuales pero no necesariamente se califican como “gay”. Para ellos ser homosexual indica una orientación o deseo sexual hacia, y posibles relaciones sexuales con, otros varones; empero, son muy reticentes a ser categorizados como “gay” y a adoptar ciertos patrones de conducta que culturalmente puedan ser asociados al ser gay. Estos varones sienten atracción por otros pero se distinguen de los gay en términos de cómo estos últimos hablan, visten, caminan y consumen. Quienes abiertamente admiten ser homosexuales sin concebirse como gays parecen tener especial interés en preservar su masculinidad en la esfera pública, incluso frente a otros varones homosexuales, y en diferenciarse de los gay quienes para ellos suelen ser afeminados.

De manera similar, la categoría “bisexual” no es totalmente ajena a la playa. Algunos visitantes, aunque menores en cantidad comparados con las dos categorías descritas, se definen como bisexuales. Ellos mantienen comúnmente relaciones con mujeres (frecuentemente una esposa) pero

también se sienten sexualmente atraídos y se involucran en el mismo sentido con otros hombres. Ellos no se consideran ni *gay* ni homosexuales, sino “hombres” que “disfrutan” de ambos sexos.

No obstante, las categorías de *gay*, homosexual y bisexual parecen ser ajenas a otros varones que también forman parte de las dinámicas y construcciones sociales y sexuales complejas de la playa. Para algunos hombres, principalmente aquellos que visitan la playa de manera muy temporal (por unas horas) y que provienen de localidades cercanas o de la misma región, estas nociones no forman parte de sus concepciones. Para la mayoría de estos varones, quienes comúnmente tienen una relación formal heterosexual y radican comúnmente en la región, *gay*, homosexual y bisexual son términos que ni siquiera existen en su vocabulario ordinario. El investigador recuerda claramente una conversación entre uno de estos hombres y otro autodefinido abiertamente como *gay*; este último preguntando al primero, “¿eres *gay*?”, y el otro respondiendo, “¿qué es eso?”.

Casos como estos fueron identificados en algunas ocasiones durante el trabajo de campo y no fueron exclusivos de los hombres, ya que también se registró que algunas mujeres locales no entendían qué significaban los términos *gay*, homosexual, heterosexual y otras categorías similares. Para estos varones, quienes difícilmente muestran conductas que pudiesen ser calificadas como afeminadas, sino todo lo contrario, conductas muy masculinas “dignas” de un hombre costeño, no existe una categorización declarada en términos de su identidad sexual. Estos son el tipo de hombres identificados en otros contextos latinoamericanos, específicamente costarricenses, que tienen sexo con otros hombres pero se conciben como amantes de la mujer y están convencidos de que el sexo con otros hombres no es lo suficientemente importante para afectar su posible identidad (Kutsche, 1995). Aunque no posean, al menos conscientemente, una identidad sexual como tal, los varones de este tipo se involucran en conductas sexuales aunque muy pocas sociales, y por tanto son también actores importantes en la construcción y (re)negociación de la playa como un espacio liminar y homoerótico.

Mientras que ser *gay*, homosexual, heterosexual o bisexual es poco familiar para estos últimos varones, esto no significa que su sexualidad no tenga ninguna categoría. Su auto-categorización no es una cuestión de la identidad adoptada, sino comúnmente del rol en las relaciones sexuales con otros hombres. Algunos de ellos pueden tener relaciones sexuales con otros hombres pero buscan mantener siempre un rol activo; son ellos quienes penetran a otros hombres y no permiten que éstos los penetren ni los besen en la boca y evitan exhibirse con ellos. Esto sugiere que aquellos varones que mantienen el papel activo en relaciones sexuales con otros hombres, en su percepción, mantienen también intacta su masculinidad. “Soy hombre, ¡y ya!” es una respuesta común de este tipo de varones al cuestionárseles acerca de su identidad sexual.

Con base en lo anterior se sugiere que la noción “*gay*”, como se la utiliza comúnmente para referirse al “espacio *gay*”, “la playa *gay*”, “la playa nudista *gay*”, por mencionar algunos ejemplos, es simplista en comparación con las diversas identidades, prácticas y significados encontrados en

espacios públicos contruidos a partir de la interacción de bagajes culturales diversos y específicos. Mientras que la noción “gay” ha sido útil para categorizar de alguna manera las relaciones entre el mismo sexo, es un concepto reduccionista que no abarca las varias prácticas y subjetividades que coexisten, definen y se autodefinen, y hacen de la playa un espacio social cultural y eróticamente complejo.

La apropiación varonil de la playa nudista

La definición del espacio depende ampliamente de los comportamientos y los significados individuales, pero principalmente colectivos, que le son asignados por sus usuarios. La playa no es la excepción. En el caso de la “Playa del amor” esta definición está ampliamente relacionada con la apropiación masculina o la denominada “*homonormalización*” (Visser, 2008) de la playa.

En las entrevistas con gente local pudo constatarase que ninguna parte de la playa fue en algún momento designada oficialmente para la comunidad homosexual. La parte oriente de la playa solía ser frecuentada por parejas heterosexuales e incluso familias pero con el paso del tiempo se convirtió en un espacio de socialización y encuentro entre varones. Actualmente, esta parte de la playa es ampliamente visitada por varones. La escena que se aprecia en la siguiente imagen (Figura 2) es común durante temporadas turísticas: los varones e ubican solos o en grupos a lo largo de este extremo de la playa. La apropiación de la playa como una playa nudista homoerótica puede explicarse a través de la propuesta de Douglas, Rasmussen & Flanagan (1977: 36):

Es muy probable que los hombres homosexuales [gays] fueron el grupo más activo en intentar “liberar” las playas de la vestimenta y de las leyes tradicionales. Los hombres gay son un grupo aún muy activo en todas las playas que han sido liberadas. Además, están tratando aún de liberar nuevas playas.

Figura 2: La playa nudista gay. Dominación masculina del espacio



Fuente: Fotografía del autor

Como la imagen de la Figura 2 sugiere la playa nudista ha sido claramente delimitada social y físicamente. Socialmente, el número considerable de visitantes varones ha conducido a que la playa —al menos entre ellos— sea vista y recomendada como una playa *gay*. Esto sugiere una apropiación implícita de la playa por parte de los hombres y con ello es también común observar que provoque el distanciamiento de otro tipo de visitantes. Esto por supuesto no significa que la playa no sea visitada por otros. Mujeres (algunas veces acompañadas por hombres u otras mujeres) y parejas heterosexuales bajan a la playa y se desnudan, pero el número de visitantes como puede observarse en una escena típica es en definitiva mayoritariamente masculino. En el caso de familias y parejas heterosexuales, varias veces —quizás llevados por la curiosidad de la popularidad de la playa “del amor”— llegan y observan las escenas desde la cima de la pequeña colina. Comentarios, susurros, levantamiento de cejas, sonrisas y risas son algunas de las reacciones más comunes de las personas que miran las escenas masculinas desde la cima.

Físicamente, esta sección de la playa está también claramente demarcada. Se ubica en el extremo oriente de la playa y su acceso no es fácilmente visible. Para llegar a ella es necesario subir una colina relativamente pequeña que la separa de las demás secciones. Este tipo de demarcación física se asemeja mucho a lo que describe Jaurand (2005) en su estudio acerca de la distribución de las playas nudistas. El modelo del geógrafo francés sugiere que comúnmente existe una segmentación espacial de las playas “*gay*”, la gran mayoría de las cuales se encuentra frecuentemente distante de las secciones principales de baño, protegida de la visita y observaciones de otros visitantes por elementos naturales tales como bosques, acantilados y colinas. La “Playa del amor”, como otras playas nudistas de Brasil (Norriid, 2007), Francia (Jaurand, 2005), Grecia (Andriotis, 2010) y los Estados Unidos (Douglas, Rasmussen & Flanagan, 1977), posee características geográficas similares.

Prácticas entre varones

En la “Playa del amor” de Zipolite coexisten diversas prácticas entre varones al lado de diversos significados. A diferencia de otros espacios recreativos como parques locales, cines o teatros, la playa nudista como lugar turístico presenta una amalgama de un sinnúmero de interacciones, prácticas y significados. Esto se debe principalmente a dos cosas: primero, a que la playa la visitan individuos de distintas partes del mundo, cada uno con sus propias definiciones culturales específicas; y segundo, porque esta amalgama se hace más compleja debido al número de visitantes varones internacionales (de Norteamérica y Europa principalmente) que convierten a la playa en un lugar más complejo social, cultural y homoeróticamente hablando. Aunque es difícil —si no imposible— presentar todas las prácticas sociales que se dan en la playa, los siguientes párrafos presentan las prácticas y construcciones más visibles.

Indudablemente, la playa es un ‘refugio’ para varones con intereses en común. Muchos hombres visitan la playa en busca de socializar con otros hombres que comparten características, intereses e identidades similares, tanto en relación con el nudismo como con la homosexualidad. Buscan un

espacio que les pueda ofrecer el sentido de pertenencia, lo cual podrá influir en su momento en su propia autopercepción e identidad. Para ellos, el componente social de la playa es más importante que el nudismo, la recreación o las actividades sexuales. Ellos podrán no desnudarse o buscar oportunidades sexuales; son el tipo de hombres que se acercan a otros para tener una conversación acerca de ellos como parte de una comunidad que puede encontrarse en la playa. La playa homoerótica, social y físicamente demarcada, les permite obtener reconocimiento e integración social, aunque sea sólo de manera temporal. A partir de las observaciones, se presume que la socialización entre varones es más ágil, fácil y más cómoda dentro de la playa “gay” en comparación con otros espacios ‘heteronormados’.

De manera asociada, la playa nudista gay representa para otros una oportunidad para “ser uno mismo”. Como se indicó en párrafos anteriores, un gran número de homosexuales se siente restringido en su entorno cotidiano para ejercer su sexualidad debido a la condena social de la homosexualidad. Por ello, en la playa algunos varones aprecian un espacio que les ofrece la oportunidad liminar de ser ellos mismos. Aunque muchas otras playas puedan tener esta cualidad, esta playa como espacio por y para varones es mucho más valiosa para ellos. El hecho de que algunos hombres que viven en otros destinos de playa visiten esta playa específica evidencia que no es necesariamente el atractivo natural de un destino lo que genera desplazamientos, sino su función liminar y social.

Por definición, la playa nudista se construye también como un espacio ideal para el nudismo, si bien no todos los varones se desnudan durante su estancia en la playa. Para algunos, especialmente para muchos europeos, la playa nudista representa el entorno ideal para la práctica del naturismo.

El naturismo desde sus orígenes es una filosofía de curación, una medicina empírica [...] que utiliza elementos naturales para propósitos terapéuticos. El naturismo es por tanto una medicina sin medicamentos. Los elementos naturales (agua, aire, sol) son utilizados con fines terapéuticos [...] *Todas las formas del naturismo encuentran sus raíces en la idea de una naturaleza benéfica para el ser humano* (Barthe-Deloizy, 2003: 140).

Por ello, aunque poco común, se pueden encontrar turistas que llegan a la playa con la intención específica de experimentar las propiedades curativas de la naturaleza en sus cuerpos desnudos. Para ellos, el ambiente entre varones y la reputación nudista de la playa les permite desnudarse sin preocupación alguna de enfrentarse a actitudes de represión social hacia el nudismo y la homosexualidad comunes a otros espacios (Figura 3).

Figura 3: La playa construida como espacio para el nudismo



Fuente: Fotografía del autor

Sin embargo, para otros la playa nudista no posee necesariamente la filosofía del naturismo y es, más que otra cosa, una oportunidad ideal de mostrar sus cuerpos y sus “atributos” físicos. Algunos utilizan el ambiente nudista de la playa para “mostrar lo que tienen y ver lo que otros ofrecen”. El atraer las miradas de otros, ser quizá admirados y “deseados” por otros, puede mejorar la autoestima y generar orgullo. Esto se logra por lo general *“haciendo el paseo de belleza”* (*doing the gorgeous trip*) (Douglas, Rasmussen & Flanagan, 1977: 186). En las playas homosexuales el voyerismo, la exhibición del cuerpo y de los órganos son mucho más abiertos, recurrentes y “osados” que en las playas heterosexuales (Douglas, Rasmussen & Flanagan, 1977).

La playa nudista también se construye como un espacio para el “ligue”. Las observaciones revelan que la playa es un lugar ideal para la búsqueda de parejas, no necesariamente sentimentales sino, en su mayoría, sólo sexuales y provisionales. Es común observar varones acercándose a otros desconocidos, lo cual puede lograrse conversando del clima o de las altas olas del mar, por ejemplo, o pasando de un lado a otro cerca de la persona en que se tiene interés. Para el ligue, estar desnudo no es una condición. El ligue puede llevarse a cabo con ropa o sin ropa. En varias ocasiones se registraron casos de hombres que llegaron solos a la playa, conversaban con alguien y después partían juntos a la habitación del hotel o algún otro lugar, privado o público, para encuentros sexuales.

Finalmente, la playa no es sólo un lugar ideal para desnudarse o ligar, sino un escenario sexual como tal. De acuerdo con Clarke (1982: 229) *el acto del desnudo social no conduce por sí solo a los encuentros sexuales ni tampoco los nudistas se ven necesariamente motivados sexualmente, pero el hecho es que hay un fuerte trasfondo de estimulación sensual y asociaciones sexuales*.

De esta forma, la playa como espacio nudista provee el contexto en el que las prácticas sexuales y eróticas entre varones pueden hacerse presentes de muchas maneras y pueden ser negociadas de igual forma. Para algunos, el sexo entre varones puede implicar sexo oral, masturbación o penetración. Pero, en realidad, en la playa el sexo y el erotismo entre varones pueden tomar distintas dimensiones. Las prácticas homoeróticas entre varones incluyen también el voyerismo, el

exhibicionismo, las miradas y muchas otras formas que emanan de la creatividad y el deseo de la mente homoerótica.

CONCLUSIÓN

La Playa del amor en Zipolite, como quizás muchas otras alrededor del mundo, es un espacio de compleja interacción entre varones y culturas. Las prácticas de carácter colectivo construyen significados y éstos a su vez determinan las prácticas.

A diferencia de otras playas, esta playa nudista es altamente compleja en términos de las construcciones sociales a las que está expuesta. Según los hallazgos del estudio, esto obedece a tres factores principales. Primero, al tratarse de una playa propiamente turística en donde el nudismo es practicado, la función liminar del turismo se hace altamente presente. Los turistas, en su papel anónimo, adoptan comportamientos que son comúnmente inaceptables en su vida cotidiana, pero que en la playa les permite ser quienes desean ser. Segundo, la “Playa del amor” se vuelve quizás doblemente liminar al permitir no sólo la práctica del nudismo, sino la presencia de varones que interactúan eróticamente y de formas múltiples con otros varones. Según la evidencia presentada, son varios los significados atribuidos a la playa nudista “*gay*”, asociados todos ellos a cuestiones desde identidad hasta la actividad sexual misma. Tercero, las prácticas y significados de la playa se diversifican considerablemente al ser un escenario en donde distintos bagajes culturales coexisten. Los turistas llevan consigo prácticas y entendimientos de las realidades que viven profundamente definidas por su cultura misma. Las prácticas en la playa son influenciadas entonces por la multiculturalidad tanto internacional como nacional. De esta forma, la playa nudista “*gay*”, como espacio en el que lo liminar, el homoerotismo y la multiculturalidad intersectan, es una construcción sociocultural altamente compleja.

Como cualquier otro ente socialmente construido, la playa nudista homoerótica puede transformarse. Las construcciones se deben a los actores sociales que las definen, pero son ellos mismos quienes pueden deconstruirla y (re)negociarla, sobre todo cuando otros actores compiten por el espacio. A medida que el tiempo pasa y las estructuras socioculturales e ideologías se modifican, también se modifican los significados asignados a las playas y con ellos las prácticas específicas en el sitio. Cómo se ha transformado y cómo se transformará la concepción colectiva de la playa nudista, es una interrogante que escapa a los alcances de esta investigación pero que permanece como una oportunidad de investigación sociológica en el turismo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andriotis, K.** (2010) "Heterotopic erotic oases. The public nude beach experience". *Annals of Tourism Research* 37(4): 1076-1096
- Arboleda, M.** (1995) "Social Attitudes and sexual variance in Lima". En: Murray, S. (ed.) *Latin American Male Homosexualities*. University of New Mexico, Albuquerque, pp. 100-110
- Barthe-Deloizy, F.** (2003) "Géographie de la nudité. Etre nu quelque part". Bréal, Paris
- Barthe-Deloizy, F. & Jaurand, E.** (2005) "Dynamique du fait insulaire et développement du naturisme". En: Bernardie, N. & Taglioni, F. (eds.) *Les dynamiques contemporaines des petits espaces insulaires: de l'île-relais aux réseaux insulaires*. Karthala, Paris, pp. 301-316
- Bell, D. & Holliday, R.** (2000) "Naked as nature intended". *Body & Society* 6(3-4): 127-140
- Brenner, L. & Fricke, J.** (2007) "The evolution of backpacker destinations: The case of Zipolite, Mexico". *International Journal of Tourism Research* 9(3): 217-230
- Cantú, L.** (2002) "De ambiente. Queer tourism and the shifting boundaries of Mexican male sexualities". *GLQ* 8(1-2): 139-166
- Carrier, J.** (1995) "De los otros. Intimacy and homosexuality among Mexican en". Columbia University Press, Nueva York
- Clarke, M.** (1982) "Nudism in Australia". Deakin University Press, Victoria
- Crouch, D.** (2000) "Places around us: Embodied lay Geographies in leisure and ourism". *Leisure Studies* 19(2): 63-76
- Chant, S. & Craske, N.** (2002) "Gender in Latin America". Latin American Bureau, Londres
- Douglas, J.; Rasmussen, P. & Flanagan, C.** (1977) "The nude beach". SAGE Publications, Thousand Oaks
- Gieryn, T. F.** (2000) "A space for place in Sociology". *Annual Review of Sociology* 26: 463-496
- Hughes, H.** (1997) "Holidays and homosexual identity". *Tourism Management* 18(1): 3-7
- Jaurand, E.** (2005) "Territoires de mauvais genre? Les plages gays". *Géographie et Cultures* 54: 71-84
- Jaurand, E. & de-Luze, H.** (2004) "Ces plages où les genres s'affichent? Les territoires du nu sur la Cote d'Azur". En: Bard, C. (ed.) *Le genre des territoires : Masculin, féminin, neutre*. Presses de l'Université d'Angers, Angers, pp. 227-240
- Kutsche, P.** (1995) "Two truths about Costa Rica". En: Murray, S. (ed.) *Latin American Male Homosexualities*. University of New Mexico Press, Albuquerque, pp. 111-137
- McKercher, B. & Bauer, T.** (2003) "Conceptual framework of the nexus between tourism, romance, and sex". En: Bauer, T. & McKercher, B. (eds.) *Sex and Tourism: Journeys of Romance, Love and Lust*. The Haworth Hospitality Press, Londres, pp. 3-17
- Murray, S.** (1995) "Homosexual categorization in cross cultural perspective". En: Murray, S. (ed.) *Latin American Male Homosexualities*. University of New Mexico Press, Albuquerque, pp. 3-32
- Nardi, P.** (2000) "“Anything for a sis, Mary’: An introduction". En: Nardi, P. (ed.) *Gay Masculinities*. SAGE Publications, Londres, pp. 1-11

- Norrild, J. A.** (2007) "Relación entre turismo, género y sexo. El caso de Buzios, Brasil". PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 5(3): 331-341
- Núñez, G.** (2001) "Reconociendo los placeres, desconstruyendo las identidades. Antropología, patriarcado y homoerotismos en México". Desacatos - Revista de Antropología Social 6: 15-34
- Pérez, A.** (1978) "Puerto Ángel y su playa nudista". Contenido (Diciembre): 56-58
- Prat, J. M.** (2010) "Turismo naturista: Una apuesta por el turismo marginal. El caso del Barrio naturista de Cap D'Agde en Francia". Cuadernos de Turismo 26: 201-216
- Preston-Whyte, R.** (2004) "The beach as a liminal space". En: Lew, A. (ed.) A Companion to Tourism. Blackwell, Oxford, pp. 349-359
- Schoemaker, J.** (2006) "Bare bodies, Beaches, and boundaries: Abjected outsiders and rearticulation at the nude beach". Sexuality & Culture 10(4): 29-53
- Selänniemi, T.** (2003) "On holiday in the liminoid playground: Place, time, and self in tourism". En: Bauer, T. & McKercher, B. (eds.) Sex and Tourism: Journeys of Romance, Love and Lust. The Haworth Hospitality Press, Londres, pp. 19-31
- Visser, G.** (2008) "The homonormalisation of white heterosexual leisure spaces in Bloemfontein, South Africa". Geoforum 39(3): 1344-1358

Recibido el 14 de mayo de 2015

Reenviado el 12 de junio de 2015

Aceptado el 18 de junio de 2015

Arbitrado anónimamente

LA OFERTA DE TRABAJO SEXUAL MASCULINO EN EL PERÚ

Su interacción con las demandas del turismo internacional

Carlos F. Cáceres*

Universidad Peruana Cayetano

Heredia - Lima, Perú

César R. Nureña**

Universidad Nacional Mayor de

San Marcos - Lima, Perú

Ada Gomero***

International Planned Parenthood

Federation - Nueva York, Estados Unidos

Resumen: La oferta turística en Perú, país entre los más visitados del mundo, va en franco aumento. Aunque el turismo LGBT es aún incipiente, otras formas de turismo como el de negocios, van ganando una mayor presencia. Este trabajo explora la relación entre turismo y trabajo sexual masculino, en particular el dirigido a turistas varones, en las tres regiones de mayor afluencia turística del país: Lima, Cuzco y la Amazonía. Además evalúa los avances obtenidos en los esfuerzos por adecuar esta actividad a los acuerdos internacionales sobre trabajo sexual, desplazamiento de personas, salud pública y derechos humanos.

PALABRAS CLAVE: trabajo sexual masculino, turismo sexual, salud pública, derechos humanos, Perú.

Abstract: Male Sex Work in Peru and its Interaction with the Demands of International Tourism. Tourism in Peru, one of the main tourist destinations in the world, is rapidly expanding. Although LGBT tourism is still incipient, other forms of tourism, such as business tourism, show an increasingly greater presence. This article explores the relationship between male sex work and tourism (especially male tourists) in the country's three major tourist regions: Lima, Cusco and the Amazonía, and evaluates the progress achieved in adapting this activity to international agreements on sex work, people displacement, public health and human rights.

KEY WORDS: male sex work, sex tourism, public health, human rights, Peru.

INTRODUCCIÓN

En la última década, la llegada de turistas internacionales al Perú ha aumentado en más del 100 por ciento, con la visita de 3.2 millones de turistas en 2013 (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2014). El considerable crecimiento económico del país en los últimos quince años, además

* Médico por la Universidad Peruana Cayetano Heredia (UPCH), Lima, Perú. Maestría en Salud Pública y Doctorado en Epidemiología por la Universidad de California, Berkeley, Estados Unidos. Se desempeña como profesor principal de Salud Pública en la UPCH y dirige el Instituto de Estudios en Sexualidad, Salud y Desarrollo Humano, Lima, Perú. E-mail: carlos.caceres@upch.pe

** Antropólogo por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Maestría en Sociología por la Universidad Iberoamericana – Ciudad de México, México. Se desempeña como investigador independiente. E-mail: cnurena@yahoo.es

*** Bachiller en Psicología por la Universidad de Chicago, Estados Unidos. Maestría en Salud Pública por la Universidad de Columbia, Nueva York, Estados Unidos. Se desempeña como analista de datos en el International Planned Parenthood Federation (IPPF), Nueva York, Estados Unidos. E-mail: acgomero@gmail.com

de su relativa tranquilidad política, su baja inflación y sus reconocidos atractivos para el turismo cultural, ecológico, de aventura y gastronómico, han contribuido a convertirlo en un destino internacional de prestigio con capacidad de crecer de forma sustancial (Tinoco, 2014). A fin de estimular el crecimiento económico de las ciudades de la costa, la sierra y la selva, se han implementado diversas campañas para atraer a turistas internacionales y nacionales (Tinoco, 2014).

Por otra parte, el trabajo sexual masculino también ha crecido mundialmente en las últimas dos décadas. Especialmente entre aquellos individuos con nivel educativo más elevado y con mejor acceso a las herramientas de la información, ha adquirido dimensiones internacionalmente estandarizadas como resultado de la proliferación de redes sociales y sitios web orientados a esta actividad (Baral *et al.*, 2014).

Dada la percepción generalizada de que los turistas gay tienen más recursos económicos para gastar que los demás visitantes (Cordero, 2008), en muchos destinos turísticos internacionales se busca atraerlos mediante campañas específicas, como reporta Coon (2012) en el caso del sur de Florida en los Estados Unidos. En el caso del Perú no existe una campaña específica orientada al segmento lésbico-gay-bisexual-transgénero (LGBT), ni documentación sobre cuántos turistas LGBT visitan este país que, pese a sus incipientes avances en el reconocimiento de los derechos de la población sexualmente diversa, no ha logrado cambiar significativamente su reputación de homofóbico. En el índice de *Spartacus*, guía de viaje específica para la población gay que clasifica 138 destinos según las leyes y costumbres locales, Perú aparece con un puntaje de -4 en una escala de +9 a -14 que va del destino más amigable al más hostil (Spartacus International Gay Guide, 2014). En mayo de 2013 los resultados de este índice sugirieron que Perú era el país más homofóbico de Latinoamérica, lo cual generó una gran controversia que llevó a la industria del turismo a evaluar los beneficios del turismo gay en Perú (Pérez, 2014). Aunque esto no se ha traducido en cambios positivos inmediatos, sí motivó al menos una discusión importante sobre la imagen de Perú frente al resto de la comunidad global en materia de esfuerzos hacia la igualdad de género.

En términos generales viajar proporciona oportunidades, privacidad y deseo de experiencias distintas a lo habitual, lo que suele incluir experiencias sexuales casuales en los países de destino. Al viajar, los hombres gay no son menos proclives que los hombres heterosexuales a involucrarse en experiencias sexuales ocasionales y están también dispuestos a pagar por algunos de estos encuentros (Ward *et al.*, 2006). Entre los destinos en los que los hombres gay son más propensos a pagar por sexo (o tienen la oportunidad de hacerlo) se encuentran Tailandia, Brasil (Fernández Dávila *et al.*, 2012), Cuba y la República Dominicana (Padilla, 2007).

Como en muchos otros países el trabajo sexual masculino es sólo parcialmente visible en Perú y los trabajadores sexuales difícilmente reconocen una profesión en esta práctica, a la que consideran una actividad informal y temporal para conseguir ganancias inmediatas (Baral *et al.*, 2014). Por su parte, los turistas que compran los servicios de trabajadores sexuales masculinos suelen también

desconocer que están haciéndolo porque no necesariamente pagan con dinero, sino con comida, regalos o la esperanza de salir del país (Ward *et al.*, 2006). La literatura sobre la demanda del trabajo sexual masculino es aún más escasa que la que se ocupa de la oferta. Aún así, la evidencia sugiere que hay un punto de encuentro entre turistas gay y trabajadores sexuales masculinos en Perú.

El trabajo sexual masculino en Perú presenta una realidad diversa que puede agruparse en dos grandes grupos: 1) aquel practicado por hombres de muy bajos ingresos que se desempeñan sobre todo en espacios públicos de los sectores urbanos medio-bajos y populares, se sirven de hoteles de paso, y están expuestos a violencia y otros riesgos, y 2) aquel practicado por jóvenes de más alto nivel educativo y conocimientos básicos de inglés que utilizan Internet para anunciarse (con frecuencia en sitios *web* internacionales), atienden en departamentos alquilados, residencias de clientes u hoteles de turistas, y que ven en el trabajo sexual ya sea un complemento a sus ingresos o un ingreso principal muy lucrativo (Cáceres *et al.*, 2014). El primer tipo coexiste con la oferta de servicios de mujeres y mujeres transgénero (en su mayoría travestis que viven de forma permanente como mujeres, algunas de las cuales pueden haber iniciado algún tratamiento médico conducente al cambio de sexo) en distintas regiones del país. Mientras que el segundo, de especial interés en este trabajo, es más un fenómeno de la ciudad de Lima.

En Lima y otras ciudades grandes de la Selva los trabajadores sexuales contactan a sus potenciales clientes en espacios públicos, discotecas y bares, pero también en sitios web, salas de chat y agencias accesibles a los turistas (Nureña *et al.*, 2011). Las nuevas tecnologías de comunicación han permitido que los turistas coordinen encuentros sexuales desde antes de llegar al país, tal como hacen con sus visitas a museos e hitos turísticos de la ciudad. Asimismo, la disponibilidad de aplicaciones con ubicadores geosociales en teléfonos inteligentes es una de las estrategias de las que se valen los trabajadores sexuales para ofrecer sus servicios en cualquier momento del día todos los días del año; y los visitantes suelen asegurarse de tener sus dispositivos disponibles y conectados a la red.

Aunque la literatura sobre el tema ofrece escasas evidencias, existen sitios web con anuncios internacionales de *escorts* masculinos y *masseurs* para clientes extranjeros (Cordero, 2008) en Lima y en otras ciudades. También se anuncian saunas donde se ofrecen masajes con servicios adicionales. En las ciudades amazónicas de Iquitos y Pucallpa los trabajadores sexuales jóvenes se valen de otras estrategias para atraer a sus potenciales clientes como son el reclutamiento en bares y discotecas y el contacto mediante intermediarios (Nureña *et al.*, 2011). Finalmente, en el Cusco, el destino turístico más popular del Perú, se dan encuentros sexuales transaccionales entre la población local y los turistas en un fenómeno conocido como “*bricherismo*”.

Si bien el punto medular de este trabajo son las interacciones entre turistas varones internacionales y trabajadores sexuales, en particular del género masculino, se incluirán particularmente para la región de la Amazonía las interacciones con mujeres transgénero (identidad

política emergente que incluye a personas identificadas con el término nativo de “travestis”). Consideramos razonable este enfoque porque para dicha región la información sobre trabajadoras transgénero es especialmente abundante; éstas trabajan en equipo con los varones y parecen ser más populares que aquéllos; y algunas de ellas reportan haber dejado de usar hormonas femeninas para evitar las disfunciones eréctiles (Nureña *et al.*, 2011). Por su parte los extranjeros usuarios de todos estos servicios son varones (identificados o no como gay), excepto en el caso del *bricherismo* que se da sobre todo entre varones locales y mujeres extranjeras en Cusco. Tiene más la forma de un acompañamiento integral durante su visita, en el que el sexo es un componente entre muchos y no es imprescindible.

OBJETIVOS Y ESTRUCTURA

Mediante el análisis de los datos disponibles acerca de la relación del trabajo sexual masculino con el turismo en el Perú se pretende responder a las siguientes preguntas: ¿Existe sexo transaccional entre varones locales y turistas (en principio, varones) en Perú? ¿En qué contextos se da y cómo varía de región a región? ¿En qué medida dicha oferta se diferencia de la existente para el público local? ¿Se dan estos intercambios en condiciones que justifiquen la caracterización de “turismo sexual”? ¿Existen evidencias de que el turismo sexual, si lo hubiere, involucra la explotación a menores? ¿Tiene la realidad descrita consecuencias relevantes para definir políticas públicas de algún tipo?

El marco conceptual planteado a continuación permitirá explorar: 1) el sexo comercial en la Amazonia peruana, donde el trabajo sexual masculino se caracteriza por la expectativa de lo exótico y la sensualidad desbordada; 2) la práctica del *bricherismo* en Cusco, acompañamiento con elementos sexuales y un ingrediente de autenticidad andina para atraer a los clientes, en su mayoría más no exclusivamente mujeres; 3) la franja superior del mercado de trabajo sexual masculino en Lima desarrollada por un segmento demográfico de clase media que se sirve de ciertos patrones internacionales estandarizados para anunciarse y relacionarse con clientes, que aprende inglés y emplea criterios más complejos de marketing para anunciar sus servicios y las bondades de sus cuerpos. Todos estos contenidos serán evaluados en la penúltima sección para discutir la necesidad de desarrollar políticas públicas orientadas a promover la libertad y el desarrollo humano, y prevenir el abuso y problemas de salud pública. Finalmente, en las conclusiones se analizará la situación que guarda actualmente la relación entre sexualidad e intercambios internacionales en el país.

MARCO CONCEPTUAL

Para los propósitos de este análisis, se llamará “sexo transaccional” a aquel que involucra tanto transacciones comerciales formales (conocidas como trabajo sexual o tradicionalmente “prostitución”) cuanto transacciones informales de sexo por alimentos, bebidas o regalos; sin necesidad de un

acuerdo inicial conocidas como “sexo compensado”, del cual el ya citado *bricherismo* sería un ejemplo aunque con características propias.

Una segunda distinción importante es aquella entre “turismo sexual” (es decir, turismo cuyo propósito principal es la búsqueda de una oferta de trabajo sexual) y el uso de servicios sexuales por parte de turistas o viajeros de negocios. Como se ha mencionado, no existe ninguna evidencia de que Perú sea un destino de turismo sexual. En lo que toca al abuso sexual de menores, aunque en Perú están prohibidas la oferta, la promoción y la demanda de servicios sexuales de menores de edad, la oferta existe y se da sobre todo en el caso de algunos menores en condición de marginalidad en Lima (por ejemplo niños de la calle generalmente usuarios de drogas), para una clientela local de bajos ingresos. No existe ninguna evidencia de oferta organizada para turistas extranjeros.

Finalmente, es importante diferenciar entre una oferta de sexo transaccional especializada en clientes extranjeros, y otra oferta que se hace extensiva a extranjeros, pero que está dirigida a un público local con ingresos medios o altos. Es posible que en la ciudad de Lima y otras ciudades grandes del país (a excepción de aquellos servicios que puedan ofrecerse confidencialmente en circuitos de hoteles de lujo) los servicios utilizados por los viajeros sean los mismos que utiliza el público local con capacidad adquisitiva. En cambio, en algunos lugares del país con características especiales, como Cuzco o la Amazonía se ofrecen formas de sexo transaccional que están más claramente orientadas al público extranjero, puesto que elaboran sobre aspectos de la cultura local.

TURISMO Y TRABAJO SEXUAL DE VARONES Y TRAVESTIS EN LA AMAZONÍA

La Amazonía peruana ha sido representada muchas veces como un territorio exótico, “de frontera” (Santos Granero & Barclay, 2002) y de libertad sexual (Motta, 2011). Si bien las imágenes de Perú más difundidas hacia el exterior aluden a los Andes y el mundo andino, la Amazonía ocupa más de la mitad del territorio del país y es el área de mayor diversidad cultural y biológica. La región aparece como un destino turístico relativamente importante pero menor si se la compara con lugares como Cusco y Lima. No obstante, en los últimos años la relativa estabilidad económica y social del país y el desarrollo de negocios y servicios turísticos, han propiciado un creciente flujo de visitantes extranjeros hacia esta zona donde además es posible percibir en la sociedad una actitud de relativa tolerancia frente a las identidades y prácticas homosexuales y hacia las mujeres transgénero (denominadas “travestis” en el habla nativa).

En Perú las imágenes y los estereotipos que vinculan al mundo amazónico con la libertad sexual y con una sexualidad “desbordada” y “ardiente” resultan de procesos históricos que tienen que ver con las diferencias de poder entre regiones y que han repercutido en la configuración de las ideas de género (Motta, 2011). Actualmente, algunos reportes y discursos locales hacen destacar esos aspectos de exotismo y sensualidad para explotar el potencial turístico de la región (Babb, 2012; Cabada *et al.*, 2002). Sin embargo, en la literatura existente no hay evidencias que permitan afirmar

que los visitantes extranjeros a la Amazonía peruana sigan un patrón de comportamiento similar al que define el turismo sexual. Los datos existentes apuntan más a las interacciones sexuales entre viajeros y la población local, pero se sabe muy poco aún sobre el lugar que ocupa la búsqueda de experiencias sexuales entre las motivaciones que podrían tener los visitantes foráneos al decidir viajar a esta zona.

En un estudio sobre comercio sexual que abarcó a las dos principales ciudades Amazónicas peruanas, Iquitos y Pucallpa (Nureña *et al.*, 2011), se recogieron mediante entrevistas los testimonios de jóvenes varones y de algunas jóvenes travestis que ofrecían servicios sexuales y mencionaban a clientes “extranjeros” o “turistas”, además de información pertinente a partir de observaciones sistemáticas en los lugares de comercio sexual frecuentados por turistas nacionales y extranjeros. En ambas ciudades, algunas de las principales zonas de comercio sexual se ubicaban cerca de los mejores hoteles, a donde se espera que lleguen los visitantes nacionales y extranjeros más adinerados. Lo mismo ocurría en Pucallpa con las “travestis”, quienes ofrecían sus servicios por las noches en al menos dos calles poco iluminadas en los contornos del principal hotel de la ciudad, muy cerca de la Plaza de Armas. En Iquitos, algunas de las travestis reconocidas como “las más regias” (de mejor aspecto físico y modales más refinados, incluyendo a las “operadas” o “siliconeadas”) ofrecían sus servicios sexuales también por las noches en la Plaza de Armas de la ciudad, donde se ubica el principal hotel, diferenciándose así de otras travestis reconocidas como de condición social más baja y que trabajaban en otra plaza en una zona alejada del centro, donde la oferta de servicios sexuales está dirigida a un público masculino local y de menores ingresos.

En Iquitos, la Plaza de Armas y el céntrico Malecón Tarapacá (conocido bulevar ubicado frente a los ríos Amazonas e Itaya) son también lugares de encuentro entre foráneos (nacionales y extranjeros), hombres y mujeres que ofrecen servicios sexuales sobre todo por las noches. En el caso de los jóvenes varones, dichos contactos involucran la negociación de tarifas y acuerdos sobre las condiciones del servicio (roles sexuales, tiempo, lugar, etcétera), siguiendo un esquema muy similar al de la oferta sexual de hombres jóvenes en calles y plazas conocido como “fleteo” (Cáceres & Jiménez, 1999; Nureña *et al.*, 2011), que no hace muchos años era visible en diversos sectores de Lima y hoy ha quedado restringido a áreas de menores ingresos de la capital.

En ocasiones, los contactos e intercambios sexuales se inician como aproximaciones casuales que conducen a salidas a lugares de diversión e invitaciones a comer o beber y resultan luego en relaciones de sexo compensado (con “propinas” antes que pagos con tarifas establecidas de antemano). Esta pauta era más común en Pucallpa, donde estos contactos entre extranjeros y jóvenes varones tenían lugar comúnmente en la Plaza de Armas de la ciudad. A diferencia de lo que ocurría en Iquitos o Lima donde había mayor presencia de trabajadores sexuales profesionales, en Pucallpa los protagonistas de estos encuentros en lugares públicos eran sobre todo jóvenes a quienes se suele denominar “*maperos*”, término con el que en el ambiente gay local se designa a muchachos de barrios populares, muchas veces adolescentes, que se identifican como

heterosexuales y que tienen contactos sexuales con hombres gay a cambio de ayudas económicas, comida, licor, diversión, ropa u otras ventajas materiales.

Tanto en Pucallpa como en Iquitos, pero sobre todo en esta última ciudad, algunas discotecas y bares eran también escenarios de encuentros entre visitantes extranjeros y jóvenes varones locales que ofrecían servicios sexuales. Se identificaron tres modalidades de contacto: la primera, en Pucallpa, donde un joven (que se identificaba como “flete”) relató cómo acudía junto a un grupo de amigos a determinadas discotecas y bares gay buscando a potenciales clientes (locales, turistas nacionales o extranjeros) a quienes se aproximaba en principio para bailar, conversar y solicitarles invitaciones de tragos, y ofrecerles luego sus servicios sexuales. Estos jóvenes habían desarrollado estrategias grupales para conseguir clientes y brindarse protección mutua y a veces compartían también parte de las ganancias (por ejemplo, cuando el que había obtenido más dinero invitaba a comer a los demás). Otra modalidad es la de jóvenes varones de Iquitos que a ciertas horas de la noche, luego de recorrer las zonas céntricas de la ciudad, acudían individualmente a las principales discotecas (no sólo gay) esperando hacer contacto con clientes locales o turistas con el propósito de establecer relaciones de sexo comercial. En estos mismos establecimientos se identificó una tercera pauta, en la que entraban en escena algunos jóvenes gay que operaban como intermediarios entre los turistas y las personas que ofrecen compañía y servicios sexuales. Dependiendo de las preferencias de los clientes, estos intermediarios les ofrecían la posibilidad de contactarlos con mujeres, jóvenes varones o travestis que podían encontrarse en esos locales o a quienes llamaban por teléfono para que se acercaran al lugar. Por lo general, los intermediarios indicaban a los clientes cuánto les cobrarían por establecer esos contactos, y cuánto deberían pagar a las personas que les brindarían los servicios sexuales (Nureña, comunicación personal).

En varios casos, los entrevistados se atribuyeron el supuesto carácter hipersexuado y “fogoso” de los amazónicos (la figura del mítico “charapa ardiente”) que según ellos los haría más deseables ante los ojos de los visitantes a la Amazonía. De manera similar, entre aquellos que salían de esta región para trabajar ofreciendo servicios sexuales en Lima o en otras ciudades, era también relativamente común encontrar a sujetos que se veían a sí mismos como poseyendo cierta ventaja frente a otros en el terreno del desempeño sexual por el hecho de provenir “de la selva”.

En las entrevistas a trabajadores sexuales de la Amazonía los relatos sobre clientes extranjeros hacían referencia en primer lugar a la posibilidad de obtener ganancias económicas mayores a las habituales con clientes locales o nacionales. Varios de ellos tomaban en cuenta este factor como el criterio principal al momento de elegir los lugares de la ciudad en los que ofrecían sus servicios sexuales (zonas cercanas a hoteles céntricos, lugares turísticos y discotecas de moda). Es así que negociaban tarifas más altas, a veces en dólares, cuando contactaban a clientes extranjeros. Una travesti que frecuentaba la Plaza de Armas de Iquitos mencionó que algunos turistas le pagaban “*por noche, no por servicio*”.

Más allá del aspecto económico, otras travestis manifestaron también su extrañeza ante las preferencias, “fantasías” y prácticas sexuales de algunos extranjeros.

Otro tema mencionado en las entrevistas fue el de las dificultades de comunicación con extranjeros que hablaban solo inglés u otras lenguas europeas, lo cual normalmente no impedía que se concretaran las relaciones y los acuerdos de sexo comercial. En ocasiones, las referencias a extranjeros destacaban también sus características físicas, cercanas a ciertos ideales estéticos occidentales (“son chicos guapos, simpáticos”) (Nureña, comunicación personal). Sólo una de las travestis entrevistadas habló de riesgos sexuales en sus relaciones con extranjeros; concretamente el caso de un “americano” que luego de un par de encuentros sexuales le confió que tomaba tratamientos contra el VIH. Aunque, según ella se habían protegido en dichos encuentros la revelación le generó una gran preocupación y motivó que se realizara posteriormente un examen para descartar una posible infección.

En síntesis, en Pucallpa e Iquitos, pero sobre todo en esta última ciudad, hay una visible vinculación entre el turismo y la oferta de servicios sexuales dirigida a hombres homosexuales (y bisexuales), la cual aparece más claramente definida e influida por la demanda foránea en comparación con lo que ocurre por ejemplo en Lima, donde los servicios sexuales destinados a turistas extranjeros no parecen diferenciarse mucho de los ofrecidos al público masculino local de clase media y media alta (Nureña *et al.*, 2011). Más allá de esto, el medio amazónico aparece en los discursos e imaginarios populares como un escenario de exotismo y sexualidad desbordada, algo que muchas veces reivindican las propias personas que se dedican al comercio sexual y que no se sabe aún en qué medida puede estar contribuyendo a la definición de la Amazonía como un destino turístico para extranjeros que buscan experiencias sexuales. Este es un tema de discusión que merece ser explorado más profundamente a partir de mayores evidencias de investigaciones enfocadas en la demanda de servicios sexuales.

BRICHERISMO EN EL CUSCO

La ciudad de Cusco y el cercano sitio arqueológico de Machu Picchu se encuentran sin duda entre los destinos turísticos más populares entre los extranjeros que visitan Perú. Los flujos de turistas hacia estos lugares se han venido incrementando sostenidamente desde mediados del Siglo XX, con un crecimiento notable en las últimas décadas. Dado que hasta el Siglo XVI el Cusco fue la sede del imperio incaico (el más importante del mundo prehispánico en Sudamérica), y luego un destacado centro urbano colonial, la ciudad y sus alrededores brindan una oferta singular para visitantes que desean tener experiencias de consumo cultural cargadas de historia ancestral y “autenticidad” andina. En parte por esta demanda, que más allá de las ruinas y los templos, no excluye la búsqueda de exotismo y autenticidad entre la población autóctona, y en parte también por el propio devenir de los discursos y las identidades locales, ha cobrado protagonismo en esta ciudad la figura del *brichero*; una suerte de *Casanova* andino o *Andean lover*, llamado también “cazador de

gringas”. Debido a la importancia de este personaje en la configuración de la cultura sexual del Cusco, en este apartado se analiza el fenómeno del *bricherismo* para explorar luego sus posibles relaciones con prácticas de sexo transaccional masculino ligadas al turismo.

El *bricherismo* aparece en la sociedad peruana en las últimas décadas del siglo pasado como una pauta social típica de algunos jóvenes cusqueños, indígenas o mestizos, que en las imágenes populares comenzaron a ser representados como sujetos que visten ropas y accesorios con motivos andinos, usan a veces el cabello largo, saben algo de quechua y algo de inglés, y frecuentan lugares en los que es posible tomar contacto con turistas con el propósito de seducir a mujeres extranjeras y eventualmente salir del país con ellas para establecerse idealmente en Europa o los Estados Unidos (Babb, 2012; Vich, 2007). Se dice que el término *brichero* deriva del vocablo inglés *bridge* ('puente'); es decir, el *brichero* sería originalmente aquel que al conquistar a extranjeras consigue un “puente” para salir del país (Valcuende del Río & Cáceres Fera, 2014). No es casual que este término empezara a popularizarse en los años ochenta, precisamente cuando debido a la grave crisis económica y social que por entonces tuvo lugar en el Perú la perspectiva de salir del país para huir de la crisis se convirtió en un anhelo muy valorado en diversos sectores de la población (según una frase común en el Cusco de ese entonces: “*hay tres formas de salir del país: en barco, en avión y en gringa*”). En todo caso, más allá del contacto sexual, estas relaciones con extranjeras implican para los *bricheros* el “pasarla bien”, acompañarlas, ofrecerles una experiencia de aproximación “mística” a la cultura y cosmovisión andinas (los incas, los apus, etcétera) y recibir regalos e invitaciones de comida, bebidas y salidas a lugares de diversión. Por eso no faltan quienes los califican como “vividores” o hasta “gigolós”. No obstante, a pesar del estigma y los reparos morales que rodean a veces a esta práctica, algunos de estos jóvenes –no sin cierto orgullo– se reconocen a sí mismos como *bricheros* principalmente por el prestigio que frente a otros les otorga la cercanía con mujeres “gringas”. Muchos *bricheros* trabajan como guías de turistas, vendedores callejeros de artesanías, músicos o empleados de bares y discotecas. Otros pueden ser simplemente jóvenes desempleados que se buscan la vida y no faltan quienes tienen también estudios universitarios. Según Valcuende del Río & Cáceres Fera (2014: 78) para el *brichero* “*La gringa o el gringo garantizan viajar, comer en restaurantes, discotecas, [...] practicar idiomas e, incluso, acceder a cuerpos exóticos, pero también estatus, a partir de la proximidad a un cuerpo cuya lectura social define una posición de poder*”.

Los sentidos adscritos al *bricherismo* han ido evolucionando con los años. Actualmente, se habla también de mujeres *bricheras* con un sentido despectivo que en ocasiones implica señalamientos de prostitución, mientras que el término *brichero* suele ser aplicado también a jóvenes en general de diversas partes del país que buscan tener encuentros románticos o sexuales con mujeres u hombres extranjeros, comúnmente “gringos”, incluso en ausencia de los elementos “autóctonos” descritos en el párrafo previo. Cabada *et al.* (2009: 299-300) coinciden con esta apreciación sobre la ampliación del sentido del término: “*At the present time, the term brichero (or the feminine 'brichera') is used indistinctly to name young Peruvians engaging in sexual intercourse with travelers*”.

En la caracterización original y típica ideal del *bricherismo*, éste no remite en un sentido estricto a la idea de sexo transaccional. Si bien las motivaciones del *brichero* incluyen la búsqueda de beneficios materiales, sus prácticas y estrategias apuntan más al logro de tales beneficios mediante la seducción y la “conquista”, antes que a la negociación en el marco de un intercambio de sexo comercial. A ese nivel, técnicamente podríamos hablar de “sexo compensado” pero no de comercio o trabajo sexual. En Cabada *et al.* (2002: 85) se afirma que “El ‘brichero’ no se prostituía o vendía en el sentido estricto; él intercambiaba ‘amor’ por un techo y comida, aunque algunas veces, además se obtenía dinero”. Por otro lado, el esquema del *bricherismo* clásico conlleva una idea de masculinidad heterosexual asociada a elementos étnicos. En fuentes literarias, visuales y periodísticas, los *bricheros* varones aparecen reivindicando su capacidad seductora con mujeres exclusivamente.

Sin embargo, dejando de lado aquella pauta clásica para enfocarse en el sentido más amplio que tiene hoy la noción de *bricherismo*, sí es posible pensar en la presencia en el Cusco y otros lugares de Perú de jóvenes varones que se aproximan a hombres extranjeros gay y bisexuales para ofrecerles compañía y servicios sexuales (comerciales), además de experiencias culturales con tintes étnicos, independientemente de si buscan o no salir del país. Hay que considerar aquí al menos dos aspectos importantes en relación con el tema principal de este trabajo. En primer lugar, el carácter comercial de estos intercambios sexuales, para lo cual no existe suficiente evidencia más allá de los reportes y comentarios que pueden circular en medios no académicos o esporádicamente en informes de investigación sobre temas relacionados. Por ejemplo, en algunos blogs en Internet se equipara la condición de *brichero(a)* con la de prostituto(a) (Crónicas de madrugada, 2008) y en otros la relación con la prostitución es por lo menos ambigua o poco clara:

Hay peruanitos de altísima moral que miran mal toda esta usanza urbana. Los bricheros son inconfundibles y mirados de reojo. Apestan como las prostitutas clandestinas. ¡Qué horror, vender tu tiempo, tu cuerpo y tu amabilidad! (Vichoescribe, 2008).

En otra fuente se afirma: “*Bricheros are prostitutes, they take advantage of women, and sometimes homosexuals, just for the visa...*” (Testimonio de un brichero radicado en los Estados Unidos citado en Vásquez del Águila, 2014: 187).

Desde luego, sería necesario explorar más a fondo esta relación. En segundo lugar se sabe poco sobre el vínculo que actualmente podría existir entre homosexualidad y *bricherismo*. Sobre este punto, Cabada *et al.* (2002; 2009) han empleado una definición bastante amplia de *brichero(a)* (“jóvenes que tienen contacto sexual con viajeros”) en un estudio sobre conducta sexual en el Cusco en el que encontraron que algunos de ellos se identificaban como bisexuales u homosexuales (9% y 4% respectivamente), y que reportaron tener más parejas extranjeras que quienes se autodefinían como heterosexuales (Cabada *et al.*, 2002). Años después una nueva medición encontró porcentajes muy similares (Cabada *et al.*, 2009).

Al igual que en el caso de la Amazonía, los datos disponibles para el Cusco no permiten hablar de un patrón identificable y sistemático de turismo sexual motivado por el tipo de experiencias que los *bricheros* ofrecen a los extranjeros que visitan la ciudad o el país. Es posible que desde antes de viajar algunos extranjeros sepan algo sobre los *bricheros* y tengan en mente la posibilidad de encontrar romance o sexo con estos jóvenes como una forma de lograr un acercamiento a la otredad, el “misticismo” y la “autenticidad andina”; pero al colocar esto en el contexto de la amplia oferta cultural y turística del Perú no existen elementos para afirmar que siquiera un sector de estos viajeros visiten el país única o principalmente por ese motivo. Antes bien, como sugiere Vich (2007) el *brichero* puede ser visto como parte de esa oferta cultural mayor pues además de ser alguien que busca aproximaciones sexuales con parejas foráneas es “*un contador de cuentos que vende un producto diferente (su identidad, su historia) en una ciudad también diferente (ancestral, mítica) [...] se ofrecen a los turistas como los verdaderos portadores de un ancestral conocimiento andino y así terminan produciendo el discurso identitario que el otro ha venido a consumir*” (Vich, 2007: 160).

A esto se puede agregar que varios de los elementos señalados al caracterizar la práctica del *bricherismo* (la seducción y “conquista”, la búsqueda de ventajas materiales, el aprovechamiento y la visión del extranjero como una suerte de víctima, etcétera) llevan a pensar que se trata más bien de algo con lo que los visitantes se encuentran estando ya en Perú y que les abre la posibilidad de tener experiencias sexuales si optan por ello y acceden a los requerimientos y avances de los *bricheros*.

LIMA: OFERTA DEL COMERCIO SEXUAL DIRIGIDA A TURISTAS GAY Y BISEXUALES

Lima es a la vez la capital y la ciudad más grande, moderna y poblada de Perú. En ella viven alrededor de 10 millones de personas (un tercio de la población del país), en su gran mayoría migrantes o descendientes de migrantes de otras regiones que llegaron a la ciudad desde mediados del Siglo XX, cuando se inició allí un acelerado proceso de crecimiento demográfico y urbano. Además de ser el más importante núcleo económico (comercial, empresarial y de servicios), Lima es también desde el Siglo XVI el principal centro político-administrativo del país. Su pasado prehispánico y colonial (como metrópoli virreinal de Sudamérica), así como sus desarrollos contemporáneos (ligados por ejemplo al *boom* gastronómico de la última década), la colocan como un destacado destino turístico para los visitantes extranjeros. Además, su posición como sede del principal aeropuerto internacional del Perú la convierte también en la puerta de entrada para quienes desean recorrer otras zonas del país.

La oferta de servicios sexuales comerciales dirigidos a hombres es en Lima mucho más variada que en cualquier otro lugar del país, como han mostrado estudios previos sobre el tema (Cáceres & Jiménez 1999; Nureña *et al.*, 2011; Bayer *et al.*, 2014). En esta sección se presentan las principales características de esa oferta y de los escenarios sociales en que se da a partir de un análisis de los datos obtenidos en el estudio de Nureña, enfocado en la relación con el turismo extranjero protagonizado por hombres gay y bisexuales. Así, luego de hacer un breve recuento sobre la

evolución de las principales zonas de prostitución masculina de la ciudad, se procederá a describir las principales formas en que esta actividad se vincula actualmente con el turismo.

De acuerdo con los relatos ofrecidos por algunos trabajadores sexuales veteranos y otros conocedores del ambiente gay limeño, desde las últimas décadas del siglo pasado la prostitución (en general, no sólo la masculina) se volvió una actividad visible y recurrente en la zona del Centro Histórico de Lima, que comprende a la Plaza San Martín y sus alrededores, donde a partir de entonces algunas calles comenzaron a ser reconocidas como lugares de sexo comercial (por ejemplo, el Jirón Caylloma en el caso de las mujeres), y aparecieron numerosos locales de socialización homosexual, como bares, discotecas, pequeños clubes gay y cines porno.

No parece casual que el comercio sexual haya proliferado en esta parte de la ciudad, siendo que precisamente en la Plaza San Martín se encuentra el Hotel Bolívar que desde su inauguración en 1924 y hasta los años setenta fue el principal hotel de la ciudad. Éste y otros hoteles comenzaron a decaer en los años ochenta con el deterioro y el perfil más “popular” que adquirió el Centro de la ciudad a raíz de las migraciones, la aparición de nuevos hoteles en otras zonas y el desplazamiento de muchos negocios turísticos hacia distritos como Miraflores y otros lugares aledaños. Al respecto, uno de los informantes que trabajó ofreciendo servicios sexuales en el Centro de Lima en los años ochenta refiere que en aquella época él y otros fletes (jóvenes varones dedicados al comercio sexual) (Cáceres & Jiménez, 1999; Nureña *et al.*, 2011) aún podían obtener buenas ganancias atendiendo a turistas y hombres extranjeros que por distintos motivos llegaban a hospedarse al Hotel Bolívar y otros ubicados en las cercanías, pero que a partir de entonces esos contactos fueron haciéndose cada vez más raros, algo que él atribuye al crecimiento de la inseguridad en la zona: “*venían extranjeros... y nos llevaban, porque era mucho mejor que ahora; ahora tiene bastante miedo la gente de ir a la Plaza: mucho piraña*”. En el Perú se suele llamar “pirañas” a los niños y jóvenes pobres que roban en las calles y que frecuentemente se encuentran en situación de desamparo. Actualmente, la Plaza San Martín y sus alrededores siguen siendo frecuentados por muchos fletes, aunque quienes demandan sus servicios son hombres gay y bisexuales locales de medianos y bajos ingresos con una presencia menor de extranjeros.

En la actualidad, el principal entorno de interacciones callejeras entre jóvenes fletes y turistas extranjeros es Miraflores, un distrito moderno de clase media y alta que alberga buena parte de la oferta comercial y turística de Lima. En Miraflores se encuentra el Parque Kennedy, donde el “fleteo” en sus aspectos básicos se sigue desarrollando más o menos como fue descrito hacia fines de los años noventa: como una práctica sistemática de intercambio sexual comercial entre hombres, con tarifas, negociaciones y acuerdos con clientes que llegan a pie o en vehículos para contratar los servicios de estos jóvenes (Cáceres & Jiménez, 1999). En este Parque, como también en cierta medida en algunas zonas adyacentes (como la conocida “Calle de las Pizzas”), es posible encontrar a diversas horas y más aún en las noches a jóvenes sobre todo de aspecto “varonil” que en general intentan pasar inadvertidos, pero que muy sutilmente ensayan iniciativas de aproximación a sus

posibles clientes. A diferencia del Centro de Lima donde los fletes suelen ser jóvenes de bajos ingresos, muchos de ellos sin hogar o en situación muy precaria (Bayer *et al.*, 2014), en Miraflores tienden a ser de ingresos algo más altos, tanto por sus antecedentes sociales como por las tarifas que cobran por sus servicios sexuales.

En contraste con lo registrado en la Amazonía (Iquitos y Pucallpa), donde los travestis y transexuales tenían una importante presencia en el comercio sexual asociado al turismo, en Lima la mayor visibilidad en este escenario corresponde a los jóvenes varones que se presentan como más masculinos y que típicamente se promocionan como de rol sexual “activo”. Esto podría deberse a factores de la demanda pero quizás también en parte a que los controles policiales y municipales sobre la prostitución homosexual son más estrictos en Miraflores o el Centro de Lima que en las ciudades amazónicas, lo cual a juicio de los autores de este trabajo se relaciona con aspectos más profundos de la cultura sexual. Si se compara con el ambiente de tolerancia sexual de la Amazonía, la escena limeña se presenta más bien como conservadora. Por ejemplo, según los relatos y observaciones recogidos, hasta hace poco tiempo, mientras que en Iquitos una travesti puede transitar por las mañanas en las calles, quizás siendo objeto de miradas y sonrisas, pero sin mayores preocupaciones, en Lima muchas de ellas evitaban salir a las calles de día o salir solas debido a que comúnmente eran objeto de burlas y comentarios negativos, miradas y juicios desaprobatorios y hasta violencia física. Es así que en Lima la “transfobia” interviene también en el panorama de la oferta callejera de servicios sexuales en las zonas turísticas, pues en la Plaza San Martín y el Parque Kennedy los agentes de seguridad pública suelen conocer y tolerar la presencia de fletes, pero no permiten la prostitución protagonizada por travestis que son relegadas a zonas marginales y con frecuencia son objeto de persecución y “batidas” (redadas policiales). No obstante, sea cual fuere el caso en los datos obtenidos en Lima mediante entrevistas a trabajadores sexuales, las referencias espontáneas a contactos con clientes extranjeros o turistas provenían sobre todo de fletes y otros jóvenes de aspecto “varonil” y sólo muy raramente de travestis.

Pero la oferta masculina de servicios sexuales dirigida a turistas gay o bisexuales no se limita en Lima a lo que ellos puedan encontrar en calles y plazas. Aunque en distinta medida también en lugares de diversión o socialización gay los visitantes extranjeros pueden entrar en contacto ya sea con fletes o con acompañantes que trabajan en esos mismos locales como “anfitriones” o mozos. Es lo que ocurre por ejemplo en ciertos bares, discotecas, videos pub o en otros pequeños clubes gay ubicados en varias partes de la ciudad. Asimismo, existen también en Lima algunos saunas que atienden exclusivamente a un público gay de clase media y que cuentan entre su personal con jóvenes “masajistas”, quienes además de dar masajes pueden ser requeridos por los clientes para tener contactos de sexo comercial en los mismos locales, bajo esquemas regulados por los administradores de esos negocios. En un conjunto de entrevistas realizadas a masajistas que trabajan en saunas gay, varios de ellos reportaron haber brindado servicios sexuales a los hombres gay extranjeros o turistas que forman parte del público habitual de esos lugares.

La diversificación y segmentación del mercado limeño de comercio sexual masculino se manifiesta también en la proliferación de acompañantes o escorts, mayormente jóvenes que ofrecen una imagen de virilidad y se presentan como “activos”, muchos de ellos provenientes de sectores socioeconómicos de ingresos medios. Hacen pública esta información ya sea independientemente o a través de agencias que funcionan como intermediarias entre estos jóvenes y una demanda compuesta por un público gay de clase media, hombres adinerados con una imagen pública heterosexual (especialmente interesados en la confidencialidad) y turistas y hombres de negocios extranjeros. En algunos casos se trata de jóvenes que son contratados para bailar en fiestas como strippers o alguna otra forma de baile exótico y que también son solicitados para tener sexo por dinero directamente o por medio de sus managers.

Estas modalidades de comercio sexual existían ya desde hace mucho tiempo, pero en los últimos diez o quince años han crecido y adquirido una mayor sofisticación por la difusión masiva de los teléfonos móviles y el acceso a Internet. Este factor ha tenido un impacto significativo en la estructura de la oferta de servicios sexuales de la ciudad, no sólo porque los nuevos medios de comunicación facilitan los contactos entre clientes y trabajadores sexuales sino también porque han favorecido una mayor diferenciación y segmentación de dicha oferta (Cáceres *et al.*, 2014). Si bien la mayoría de trabajadores sexuales tiene acceso a estos medios electrónicos, quienes los usan de una manera más sistemática para establecer contactos de sexo comercial tienden a ser aquellos que por sus ingresos o antecedentes socioeconómicos se ubican en sectores medios de la sociedad. A diferencia de muchos fletes que trabajan en las calles y que suelen ser migrantes, jóvenes sin hogar o residentes en barrios populares periféricos, los escorts o strippers (como también algunas travestis) pueden servirse de la tecnología y los medios virtuales para evitar los riesgos callejeros, preservar su imagen pública, ofrecer mejores condiciones de confidencialidad a sus clientes y tener ingresos más altos, debido a que pueden enfocarse en un público de mejor posición económica, incluyendo a los turistas extranjeros que demandan sus servicios. Para esto, muchos de ellos invierten tiempo y dinero en estrategias de “branding” (estudiando nombres a adoptar, formas de responder el teléfono, respuestas a preguntas clave), adquieren conocimientos básicos de inglés (si no los tenían ya) y se promocionan mediante páginas web y perfiles en redes sociales virtuales. En otros casos, sus fotografías y descripciones son divulgadas en Internet por los intermediarios y agencias que los reclutan en función de sus características y atributos físicos y los ponen en contacto con los clientes.

En resumen, en la ciudad de Lima la oferta de comercio sexual accesible a hombres gay y bisexuales es ampliamente diversa. A la variedad de trabajadores sexuales (fletes, travestis, anfitriones de locales gay, masajistas en saunas, escorts, strippers) se suman las múltiples modalidades de comercio sexual (callejero, en locales de diversión gay, mediante intermediarios y agencias, o independientes) que implican costos con amplia variación entre sí. Sin embargo, los datos disponibles no permiten hablar de una oferta específica o exclusiva para turistas o viajeros de negocios. Antes bien, éstos y otros extranjeros generalmente acceden a los mismos servicios destinados a los hombres gay y bisexuales locales de los segmentos más acomodados de la

sociedad limeña, ya sea en las zonas céntricas del distrito de Miraflores o en locales de socialización gay y recurriendo a agencias y jóvenes independientes que emplean intensivamente las tecnologías de información y comunicación para promocionar sus servicios y contactar a sus clientes. Todo ello, en el ambiente moderno y cosmopolita de la ciudad, y considerando las condiciones de anonimato comunes a las grandes urbes, entre otros factores, convierte a Lima en el lugar del país con la mayor y más variada oferta masculina de servicios sexuales.

EL COMERCIO SEXUAL MASCULINO EN EL CONTEXTO DEL TURISMO: ¿ES ÉSTE RELEVANTE PARA LAS POLÍTICAS PÚBLICAS?

Perú es un estado reglamentarista, tolera el comercio sexual y las autoridades locales establecen reglas a las que deben ajustarse los trabajadores como la emisión de permisos para los lugares donde se desarrollan transacciones sexuales (Arbulú Bramon, 2004). El trabajo sexual no está prohibido por la ley en Perú y el segundo artículo de la Constitución Política del Estado establece los derechos inalienables de hombres y mujeres a la vida, la identidad y la no discriminación (Arbulú Bramon, 2004). Aun así, la falta de políticas públicas claras que protejan y expliquen los derechos de los trabajadores del comercio sexual masculino ha creado una ambigüedad legal que conduce al acoso, la falta de protección, la violencia o la negligencia por parte de la policía y los clientes. La homofobia y transfobia siguen siendo comunes en el contexto de Lima (Ministerio de Salud y Onusida, 2014) y la cobertura por la prensa (Panorama, 2014; El Panamericano, 2012) aísla aún más el trabajo sexual masculino. Esto, sumado a la intervención de factores de género (es mucho más difícil para los varones asumir una identidad de trabajadores sexuales) impide que los trabajadores sexuales masculinos se organicen para demandar sus derechos como lo han hecho las mujeres trabajadoras sexuales en Perú (Reuters, 2007).

El actual marco legal que permite el trabajo sexual pero no aborda las condiciones en las que normalmente se ha ofrecido, genera vacíos que condicionan muchas formas de abuso. Por ejemplo las y los trabajadores sexuales de bajos ingresos suelen reclutar clientes (e incluso ofrecer servicios) en la vía pública, y con frecuencia su presencia atrae ciertos tipos de delincuencia y es rechazada por los vecinos. Por estos motivos las y los trabajadores sexuales suelen ser objeto de campañas represivas que buscan “erradicar el comercio sexual callejero”, sin ofrecérseles oportunidades claras de organizar su trabajo y espacios para trabajar. Para resolver estos vacíos y contradicciones legales es necesario contar con abordajes legales creativos. Por ejemplo, para asegurar la salud y el bienestar de los y las trabajadoras del comercio sexual, las políticas públicas en materia de salud deberían establecer una interfaz entre ellos y los distintos niveles de gobierno (Lewis & Maticka-Tyndale, 2000). Una de las opciones planteadas es la del uso de licencias individuales, el cual puede representar un cambio positivo en el reconocimiento de la profesión, pero también puede ser negativo si se usa como fuente de acoso por parte de la policía. Entonces, no se trata solo de cambios legales sino de cambios de la cultura institucional (de la policía y municipios) que permitan que una norma de esta naturaleza pueda implementarse de manera positiva.

Otras medidas de importancia atañen a la salud pública. Es importante evitar que el histórico estigma en torno del trabajo sexual sea un obstáculo para que las personas que lo practican tengan acceso a los servicios de salud, incluyendo desde luego la prevención. Por otra parte, del lado de la demanda, es necesario investigar a fondo la relación entre capacidad económica y prácticas de alto riesgo: ¿acaso son los turistas extranjeros más proclives a solicitar de los trabajadores sexuales sexo sin protección que sus clientes locales? (Bauer, 2009; Valderrama *et al.*, 2008). Una política de salud estratégica debería maximizar la oferta amigable de educación y servicios sanitarios a estos trabajadores, a modo de garantizar su buena salud, la de sus parejas y la de sus clientes locales y extranjeros.

CONCLUSIONES

La información obtenida permite afirmar que en Perú existe una oferta de sexo transaccional masculino y travesti dirigida a turistas extranjeros en el país. Esta oferta incluye tanto modelos de transacción “formal” (basada en tarifas con criterios específicos que varían según el lugar y el contexto) cuanto intercambios informales que siguen patrones variables según el contexto local; siendo el caso más evidente el del *bricherismo* observado sobre todo en el Cusco, que es casi la oferta de un romance místico como parte de la visita a la ciudad.

Las transacciones más frecuentes parecen ser las que en Lima y ciudades grandes están a cargo de trabajadores sexuales masculinos contratados por clientes varones gay, al lado de una demanda limitada de mujeres transgénero (“travestis”), probablemente cubierta por quienes tienen características adecuadas a un mercado exigente y que ofertan sus servicios por la Internet. Esta relación, no obstante, cambia en ciudades de la Amazonía, donde la demanda por servicios sexuales de travestis es más acusada, y el contacto entre trabajadores y turistas extranjeros se hace ya sea de manera directa, o a través de intermediarios.

Aunque toda relación transaccional puede convertirse en una relación duradera, el *bricherismo* en particular es más que un encuentro de un momento o una noche y se plantea como una relación intensa de múltiples facetas cuya duración se extiende al tiempo que dure la visita del o la turista y en ocasiones más allá. Si bien esta práctica iba en un principio dirigida a turistas del género femenino ahora se observan también intercambios de *bricheros* con otros hombres. Por su componente de fantasía romántica, las relaciones del *brichero* siempre llevan incluida la posibilidad de un vínculo duradero que pueda significar su salida del país, meta que muchos jóvenes del país perseguían en algún momento.

Los vacíos legales, y la persistencia del estigma en torno al trabajo sexual no permiten mejorar las condiciones en las que se ofrecen estos servicios y con frecuencia se observan abusos y discriminación. Peor aún, estos factores dificultan el acceso a la educación y los servicios para prevenir las enfermedades de transmisión sexual. El abordaje adecuado del sexo transaccional en

términos generales y en particular del que sirve a clientes extranjeros es una tarea pendiente de las políticas públicas del país, misma que debe ser atendida de inmediato en consonancia con las reflexiones y acuerdos internacionales relativos al trabajo sexual, el movimiento de personas, la salud pública y los derechos humanos.

Agradecimiento: Los autores agradecen los valiosos comentarios y aportes de Percy Fernández-Dávila al borrador de este manuscrito.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arbulú Bramon, N.** (2004) "Hacia un proceso de empoderamiento de los derechos humanos de las trabajadoras sexuales en el Perú: recopilación de normas legales relacionadas al trabajo sexual". Disponible en: http://perso.unifr.ch/derechopenal/assets/files/legislacion/l_20140108_02.pdf, consultado el 21 de enero de 2015
- Babb, F.** (2012) "Theorizing gender, race, and cultural tourism in Latin America: A view from Peru and Mexico". *Latin American Perspectives* 39(6): 36-50
- Baral, S. D.; Friedman, M. R.; Geibel, S.; Rebe, K.; Bozhinov, B.; Diouf, D.; Sabin, K.; Holland, C. E. & Cáceres, C. F.** (2014) "Male sex workers: Practices, contexts, and vulnerabilities for HIV acquisition and transmission." *The Lancet* 385(9964): 260-273. Disponible en http://www.researchgate.net/publication/264124014_Male_sex_workers_practices_contexts_and_vulnerabilities_for_HIV_acquisition_and_transmission Consultado el 21 de julio de 2014
- Bauer, I.** (2009) "Relationships between female tourists and male locals in Cuzco/Peru: Implications for travel health education". *Travel Medicine and Infectious Disease* (7): 350-358
- Bayer, A.; Garvich, M.; Díaz, D.; Sánchez, H.; García, P. & Coates, T.** (2014) "'Just getting by': A cross-sectional study of male sex workers as a most-at-risk population for HIV/STIs among men who have sex with men in Peru". *Sexually Transmitted Infections* 90(3): 223-229
- Cabada, M.; Montoya, M.; Echevarría, J.; Samalvides, F. & Gotuzzo, E.** (2002) "Conductas de riesgo en jóvenes que tienen contacto sexual con viajeros ('bricheros') en la ciudad del Cuzco, Perú". *Revista peruana de medicina experimental y salud pública* (19)2: 83-86
- Cabada, M.; Echevarría, J.; Seas, C. & Gotuzzo, E.** (2009) "High prevalence of sexually-transmitted infections among young Peruvians who have sexual intercourse with foreign travelers in Cuzco". *Journal of Travel Medicine* (16)5: 299-303
- Cáceres, C.; Bayer, A.; Gomero, A.; Grenfell, P. & Salazar, X.** (2014) "Men who sell sex in Peru: Evolving technology and sexual cultures". En: Aggleton, P. & Parker, R. (eds.) *Men Who Sell Sex: Global Perspectives*. Routledge, Nueva York, pp.95-108
- Cáceres, C. & Jiménez, O.** (1999) "Fletes in Parque Kennedy: Sexual cultures among young men who sell sex to other men in Lima". En: Aggleton, P. (ed.) *Men Who Sell Sex: International Perspectives on Male Prostitution and HIV/AIDS*. Temple University Press, Filadelfia, pp. 179–194
- Coon, D.** (2012) "Sun, sand and citizenship: The marketing of gay tourism". *Journal of Homosexuality* 59(4): 511-534

- Cordero, J.** (2008) "Comunidades receptoras y percepciones: un estudio sobre turismo y sexualidad." *Teoría y Praxis* 5: 145-160
- Crónicas de madrugada** (2008) "Los desagradables bricheros". Disponible en: <http://cronicasdemadrugada.blogspot.com/2008/05/los-desagradables-bricheros.html>. Consultado el 17 de mayo de 2008
- El Panamericano** (2012) "Drama de la prostitución masculina en el centro de Lima". (Video). Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=TXfZB9gZYYk>. Consultado el 2 de junio de 2012
- Fernández Dávila, P.; Folch, C.; Ferrer, L.; Casabona, J.; Hickson, F.; Lamut, A.; Weatherburn, P.; Schmidt, A. & The EMIS Network** (2012) "Mobile men who have sex with men: An exploration in European residents of sexual risk taking while travelling abroad". 19th International AIDS Conference. Disponible en: <http://pag.aids2012.org/EPosterHandler.axd?aid=15867>. Consultado el 18 de septiembre de 2014
- Lewis, J. & Maticka-Tyndale, E.** (2000) "Licensing sex work: Public policy and women's lives". *Canadian Public Policy/Analyse de Politiques* 26(4): 437-449
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo** (2014) "Llegada de turistas internacionales". Disponible en: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default.aspx?tabid=3459>. Consultado el 7 de enero de 2015
- Ministerio de Salud y Onusida** (2014) "Informe nacional sobre los progresos realizados en el país: Perú". Disponible en: http://www.unaids.org/sites/default/files/country/documents/PER_narrative_report_2014.pdf. Consultado el 15 de enero de 2015
- Motta, A.** (2011) "La 'charapa ardiente' y la hipersexualización de las mujeres amazónicas en el Perú: perspectivas de mujeres locales". *Sexualidad, salud y sociedad* (9): 29-60
- Nureña, C.; Zúñiga, M.; Zunt, J.; Mejía, C.; Montano, S. & Sánchez, J.** (2011) "Diversity of commercial sex among men and male-born transexual people in three Peruvian cities". *Culture, Health & Sexuality* 13(10): 1207-1221
- Padilla, M.** (2007) "'Western union daddies' and their quest for authenticity: An ethnographic study of the dominance gay sex tourism industry". *Journal of Homosexuality* 53(1-2): 241-275
- Panorama** (2014) "Prostitución masculina: negocio del sexo invade calles del Centro de Lima". (Video). Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=2JYowjbA0Ig>. 29 de junio de 2014
- Pérez, J.** (2014) "Ranking homophobia: Comments on the Spartacus International Gay Travel Index". *Sexuality Policy Watch Working Papers* 9. Disponible en <http://www.sxpolitics.org/wp-content/uploads/2014/10/workingpaper-092.pdf> Consultado el 15 de enero de 2015
- Reuters** (2007) "Sex workers urge Peru to regulate prostitution". Disponible en: <http://www.oneindia.com/2007/05/19/sex-workers-urge-peru-to-regulate-prostitution-1179538435.html>. Consultado el 19 de enero de 2015
- Santos Granero, F. & Barclay, F.** (2002) "La frontera domesticada: historia económica y social de Loreto. 1850-2000". Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima
- Spartacus International Gay Guide** (2014) "Gay travel index". Disponible en: <http://www.spartacusworld.com/gaytravelindex.pdf>. Consultado el 7 de enero de 2015
- Tinoco, G.** (2014) "Los impactos del turismo en el Perú". *Industrial Data* 6(1): 047-060

Valcuende del Río, J. & Cáceres Feria, R. (2014) "Bricheros: sexo, raza y etnicidad en contextos turísticos". *Revista de Estudios Sociales* (49): 72-86

Valderrama, M.; Blas, M.; Cárcamo, C.; García, P.; Bernabé, A.; Cotrina, A.; Chiappe, M.; Guerra, C.; Gonzáles, M.; Garnett, B.; Espinosa, B.; Gadea, N.; Montano, S.; Nieto, M. & Holmes, K. (2008) "High HIV and syphilis prevalence among male commercial sex workers from the Peruvian Amazon". *AIDS 2008, XVII International AIDS Conference Abstract No. MOPE0373*. México.

Vásquez del Águila, E. (2014) "Being a man in a transnational world: The masculinity and sexuality of migration". Routledge, Nueva York

Vich, V. (2007) "La nación en venta: bricheros, turismo y mercado en el Perú contemporáneo". En: Grimson, A. (comp.) *Cultura y neoliberalismo*. CLACSO, Buenos Aires, pp.159-168

Vichoescribe (2008) "Hi, I'm brichero". Disponible en: <http://vichoescribe.blogspot.com/2008/06/hi-im-brichero.html>. Consultado el 11 de junio de 2008

Ward, B. J. & Plourde, P. (2006) "Travel and sexually-transmitted infections". *Journal of Travel Medicine* 13(5): 300-317

Recibido el 01 de febrero de 2015

Reenviado el 26 de marzo de 2015

Aceptado el 05 de abril de 2015

Arbitrado anónimamente

HOMOEROTISMO DURANTE LOS VIAJES

El placer sexual entre hombres en espacios anónimos en Brasil y Portugal

Ricardo Lanzarini*

Instituto Federal de São Paulo (IFSP)

Barretos - Brasil

Resumen. Este trabajo se ocupa de aquellos hombres que, si bien públicamente se adscriben a una identidad heterosexual avalada por el matrimonio, durante sus viajes de trabajo buscan involucrarse de manera tanto presencial cuanto virtual en relaciones homo-eróticas en espacios anónimos, seguros y privados, carentes de identidad social y exentos de juicio moral, que proporcionan esa sensación de libertad típica de los viajes. Se trata de una investigación etnográfica llevada a cabo entre 2010 y 2012 apoyada en las técnicas de la observación participante, la deriva urbana (*flânerie*) y la aplicación de entrevistas, que incursionó en los espacios virtuales y físicos de cinco capitales brasileñas y en Lisboa, Portugal. Los resultados muestran que en el anonimato y la ausencia de identificación pública de estos espacios anónimos, los encuentros sexuales entre hombres suelen ser casuales y únicos y que entre ellos se establece, durante sus viajes, un sentido de unidad en una función liberadora del “ser sexual”.

PALABRAS CLAVE: hombres, viajes, homoerotismo, placer sexual, espacios anónimos.

Abstract: Homoeroticism in Travel: Sexual Pleasure for Men in Spaces of Anonymity. This article explores the sexual habits of men who publicly ascribe themselves to a heterosexual identity endorsed by marriage, but who during their business trips seek sexual involvement with other men. Contact takes place in anonymous virtual and physical spaces devoid of social identity and exempt from moral judgment, where users experience that sense of freedom so typical of travel. The ethnography was conducted between 2010 and 2012 using the techniques of participant observation and urban stroll (*flânerie*) which, along with the application of interviews, allowed the author to delve into such virtual and physical spaces in five Brazilian capitals and in Lisbon, Portugal. The results show that in the anonymity of these spaces, sexual encounters between men are usually casual and unique, and between them a liberating sense of freedom and unity is established during their trips.

KEY WORDS: men, travel, homoeroticism, sexual pleasure, spaces of anonymity.

* Licenciado en Turismo por la Universidad Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), Aquidauana, Brasil; Doctor en Humanidades por la Universidad Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, Brasil; y Post-doctorado en Turismo y Ocio por la Universidad de São Paulo, São Paulo, Brasil. Se desempeña como Profesor en el Instituto Federal de Educación, Ciencia y Tecnología de São Paulo (IFSP), Barretos, Brasil. E-mail: ricardolanzarini@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El viaje y el sexo son prácticas sociales que pueden combinarse cuando lejos del grupo social que norma su vida cotidiana, hombres y mujeres de distintas culturas, condiciones económicas e intereses sexuales buscan obtener placer y satisfacción personal. El viaje propicia relaciones sociales efímeras que pueden servir de motivación al encuentro sexual casual, acción liberadora que alivia los sentimientos de opresión y limitación imperantes en la experiencia social del ser humano.

La vida cotidiana es un espacio de representación colectiva en el que las personas establecen interacciones sociales públicas (trabajo, amistades, viajes) y privadas (de orden familiar, emocional y sexual). Estas interacciones se caracterizan por la repetición día a día de aquellos actos que regulan la experiencia social colectiva. Para DeCerteau (1994) se trata de un espacio animado por el conjunto de movimientos que se entrecruzan en la práctica social y que es compartido diariamente y que constantemente reprime y oprime las divergencias.

El tiempo libre aparece como ese momento del viaje en el que se da la oportunidad de la búsqueda sexual. Es común que en un viaje de negocios, por ejemplo, al término de las obligaciones del trabajo se busque dedicar un determinado periodo de tiempo libre a prácticas de relajación, como son el *happy hour* vespertino, el chapuzón en la piscina del hotel o la visita a un bar o a otro lugar de socialización como muestra Barretto (1996). El análisis aquí presentado se enfoca en hombres socialmente heterosexuales y casados que viajan por su trabajo y aprovechan ese breve momento de libertad para involucrarse en relaciones sexuales homoeróticas, construyendo para ello espacios seguros de interacción que inician en el espacio virtual y terminan con el sexo presencial.

Como señala Krippendorff (1989) el estar fuera de su socialización habitual motiva a los viajeros a adoptar comportamientos sociales distintos a los que realizan normalmente en sus lugares de origen. Para las nuevas y descomprometidas relaciones establecidas durante el viaje son los establecimientos de ocio y de entretenimiento los principales medios de interacción social, a saber: los bares, las discotecas y los establecimientos para públicos específicos, como los baños sauna y las casas de sexo, así como el espacio virtual. Lanzarini & Trigo (2014) apuntan que especialmente en los grandes centros urbanos los hombres tienen la predisposición a hacer de sus viajes una experiencia de satisfacción y placer mediante la búsqueda de sexo.

Por la amplia variedad de prácticas sexuales que abriga, habida cuenta de sus dimensiones sociales, físicas y culturales, la gran ciudad es el escenario de ese juego de interacciones sexuales. Por ejemplo, São Paulo, ofrece una variedad de establecimientos de ocio destinados al sexo como son las casas de swing, de sadomasoquismo, de voyerismo y muchas otras modalidades, además de los encuentros previamente acordados en bares, discotecas y en el espacio virtual, una de la principales herramientas de la búsqueda sexual hoy día. Las salas de chat, los sitios de encuentro y las aplicaciones destinadas a la búsqueda de compañeros sexuales son una de las principales

fuentes de información y fomento del turismo sexual, especialmente en los países de África, Asia y América Latina, como describen Piscitelli (2005) y McLean (2008), lo cual no está exento de problemas para el lugar turístico como son la explotación de menores y el tráfico de personas.

La diversidad de búsquedas sexuales durante los viajes pertenece a la esfera del deseo que Bogue (1996) concibe como una fuerza primaria inconsciente, una producción del propio “ser” que es inherente a la expresión lingüística o la interpretación. Y es en la generación de placer donde el deseo encuentra su realización. Santoro (2007: 99) describe el placer como “*un fin extremo que consume y encierra el movimiento del deseo, y su fin escatológico*”. El placer es entonces un gozo pasajero, la cúspide de la actividad deseada que por lo mismo se mantiene en la esfera del propio deseo, mientras que la moralidad social se encarga de regularlo. De ese modo, en un grupo determinado, a las personas se les enseña a actuar conforme a normas que reglamentan la vida, como si se tratara de un itinerario como los de comportamiento sexual que describen Gagnon & Simon (1973).

Entre el deseo sexual y la norma se establece un juego de fuerzas que responde a aquellas relaciones de poder mediante las cuales la sociedad asegura el control de la moral. Foucault (1994) entiende la moral como un conjunto de valores y reglas propuestas mediante aparatos prescriptivos diversos, como la familia, las instituciones educativas, las iglesias, etcétera, las cuales colectivamente separan lo “correcto” de aquello que es “incorrecto” y por ende objeto de juicio, absorción, o condena pública y personal.

Para romper los paradigmas de la moralidad, los viajeros construyen espacios simbólicos de sociabilidad en los grandes centros urbanos; espacios anónimos fuertemente resguardados, exentos de prejuicios y pautas de comportamiento sexual en los que el deseo toma forma y la identidad social no existe: un espacio libre de la vigilancia y punición cotidianas. Estos espacios se dividen en virtuales y presenciales, según el tipo de interacción. El espacio anónimo virtual se establece a partir de las salas de chat, espacios de búsqueda e interacción virtual entre los sujetos. El espacio anónimo presencial se establece a partir de un lugar comúnmente reconocido por la sociedad como “normal”, libre de estigmas, lo que asegura una especie de tolerancia social y la demarcación de las fronteras de la normalidad para los encuentros sexuales homoeróticos clandestinos. En el sitio de la investigación pudo identificarse también un espacio de transición entre la sociabilidad virtual y la presencial como se verá a continuación.

PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Desde una perspectiva interdisciplinaria, se adopta la etnografía como método de investigación que incluye entrevistas y una observación participante basada en la experiencia personal que resulta en una descripción narrativa (Genzuk, 1993). Se trata de una técnica de observación participante que

“habla desde su propia naturaleza, esto es, el hecho de que el investigador se vuelve parte del grupo bajo observación” (Richardson, 1999: 262).

Se trata de una investigación cualitativa que busca comprender el universo de interacciones homoeróticas de viajeros que ante la sociedad se presentan como heterosexuales. Las técnicas de observación participante son la deriva urbana (*flânerie*) (Benjamin, 1997), relativa a un ser errante que vaga ociosamente por las ciudades sin destino fijo, viviendo la experiencia urbana de las transformaciones en el espacio y en los hábitos, las costumbres y los símbolos de las multitudes. En el espacio virtual se puso en práctica la *ciberflânerie* mediante la creación de “Jorge”, un personaje ficticio que vagó por las salas de chat en calidad tanto de viajero como de residente en busca de información y datos para la investigación.

Las reflexiones aquí presentadas proceden de una investigación realizada entre 2010 y 2012 en cinco grandes ciudades brasileñas a saber: Sao Paulo, en el estado del mismo nombre, Florianópolis, en el estado de Santa Catarina, Campo Grande, en Mato Grosso do Sul, Porto Alegre, en Río Grande do Sul, y Curitiba, en Paraná; estas dos últimas elegidas por su proximidad a la sede de trabajo, en Florianópolis. Además la investigación se extendió a la ciudad de Lisboa, Portugal, en 2012; donde a través de una sala de chat se encontraron residentes brasileños y viajeros que buscan sexo con brasileños.

Las salas de chat utilizadas fueron las de Universo Online (UOL) que es el más común entre los brasileños (Lanzarini, 2013). Ahí se llevaron a cabo observaciones anónimas y breves diálogos con los usuarios. Como refieren Rifiotis (2010) y Miskolci (2009), ésta es una práctica común en la investigación sobre el espacio virtual regido por condiciones de rapidez y objetividad que exigen que el investigador adopte una postura similar a la de la observación camuflada, como la de los demás participantes. Para dar al lector una idea de las reflexiones de los entrevistados a continuación se ofrecen fragmentos de algunos de los breves relatos obtenidos de los pocos participantes que accedieron a ser entrevistados, en condiciones de completo anonimato. A fin de facilitar la identificación de cada sujeto se adoptarán las siglas VE como sinónimo de Viajero Entrevistado, RE para Residente Entrevistado y PT para los entrevistados en Portugal; todos ellos numerados cronológicamente y tomando en cuenta los criterios de ubicación geográfica al determinar la clasificación de los viajeros o residentes en cada capital.

LOS ESPACIOS ANÓNIMOS

Los encuentros sexuales son el principal punto de convergencia entre lo cotidiano y la nueva socialización que fomentan los viajes, la cual se caracteriza por las rupturas provenientes de la invisibilidad social y el contacto entre hombres del mismo impulso sexual. Al viajar por trabajo a un gran centro urbano el sujeto tiene la oportunidad de dialogar con otros hombres lejos de casa en un

universo de relaciones más seguras que con ayuda de Internet invitan a intercambiar placeres sexuales en condiciones de igualdad y camaradería.

La mayoría de los encuentros se lleva a cabo de forma sistemática tras el contacto virtual. En algunos casos el sexo acontece de manera inmediata y en otros el contacto virtual se extiende para permitir un segundo proceso de selección en un “espacio de transición”, espacio simbólico que permite investigar la compatibilidad de ambos participantes en una especie de “charla cara a cara”. Dicho espacio se materializa en lugares públicos como bares, restaurantes y otros sitios destinados al ocio y el entretenimiento, principalmente de interés turístico, donde constantemente circulan desconocidos. Aunque destinados al encuentro sexual, estos lugares públicos no pueden considerarse espacios anónimos. Para que este momento funcione plenamente como una segunda evaluación ambas partes se proponen presentarse a la reunión a condición de que si uno de los implicados no estuviera de acuerdo con pasar al acto sexual puede despedirse sin mayor problema. Son encuentros pacíficos caracterizados por el respeto por los límites del otro que aunque pueden producir frustración, por lo general no conducen a conflictos morales o físicos.

Al incursionar en el espacio virtual pudo constatarse que el chat ofrecía la ventaja de tener una interacción real e instantánea con otras personas sin necesidad de mantener un perfil fijo y por ende sin exponerse públicamente. Esta suerte de territorio marginal (Perlongher, 2005) posibilita un escape libidinal y un tipo de interacción social en el que a partir de la artificialidad es posible expresar la fragilidad de la vida cotidiana, al menos momentáneamente.

Partiendo del supuesto primordial de que estas interacciones tienen lugar en condiciones de seguridad se observó que la imagen del viajero resultaba atractiva para el heterosexual residente casado que por su condición de residente (en proximidad con su grupo social), corría el riesgo de que su “secreto” fuera revelado. Para el viajero, por otra parte, cuyo objetivo es encontrar una aventura sexual sin compromisos a futuro el hecho de que su compañero de aventura sea casado le proporciona cierto sentido de seguridad, ya que según la lógica de la moral social imperante en teoría no debería involucrarse en relaciones afectivas extramaritales.

El espacio anónimo virtual

Gracias a Internet, en especial la *World Wide Web* (www), a partir de 1995 en Brasil los encuentros sexuales se llevan a cabo a través del Internet Relay Chat (IRC), conocido como “*chat*”, un servicio que permite a cualquiera entrar en contacto con gente de todo el mundo en tiempo real. Lemos (2007) interpreta el espacio virtual como un “espacio mágico” e imaginario que une a las personas sin limitación geográfica.

Las tecnologías de información son bidireccionales y operan uniando grupos e individuos en una especie de sociedad virtual tribalizada. Lemos (2010) compara el espacio virtual con las nociones de

“tribus” de Maffesolli (2004), formadas a partir de la búsqueda de semejantes y carentes de compromisos sociales y políticos fijos o masificados. Para Maffesolli (2004) la sociabilidad en línea es una vuelta a la tribu, ya que la gente se reconoce y agrega a partir de símbolos o puntos de referencia comunes que se convierten en símbolos de identificación de una tribu, ahora virtual.

Vale destacar que el espacio virtual es un medio y no un fin. Es sólo una herramienta que facilita la búsqueda de encuentros sexuales en la que la proximidad geográfica es más una condición que una motivación. Máximo (2010) señala que el espacio virtual presenta un intenso proceso de interacción y una gran movilidad material y simbólica.

Young (1996) concluye de sus análisis que en el espacio virtual los sujetos se sienten con libertad de externar sus impulsos sexuales y por lo tanto pueden comportarse de manera distinta a la que adoptan convencionalmente en el día a día. Este autor identifica que aquellos sujetos que tienen pocas oportunidades de encuentros sexuales aplican en el espacio virtual una serie de técnicas de conquista a partir de la creación de un personaje seductor.

Según Schaeffer-Gabriel (2005), más y más personas han encontrado intimidad y un sentido de “comunidad” en la camaradería que ofrece Internet, especialmente aquellos que tienen poco que compartir en su vida cotidiana. Como sucede con las “comunidades imaginadas” de Anderson (2008), establecidas a partir del sentido de una “camaradería horizontal”, se encontró que la camaradería de estos hombres no se limita a la igualdad del deseo sexual, pues está también la seguridad de tener un encuentro sexual con otro hombre que comparte los riesgos sociales de una relación homoerótica fuera del matrimonio heterosexual.

En cuanto a la homosexualidad presente en las salas de chat virtuales, Miskolci (2009) señala que Internet ha hecho posible que aquellos hombres que ocultan su sexualidad y no frecuentan lugares gay puedan moverse libremente sin poner en riesgo su imagen pública. Esto se logra, según el autor, a través de una autopresentación dialéctica que permite la socialización sexual libre al tiempo que se mantiene la creencia de que la vida social es o debe permanecer heterosexual. Muchos hombres buscan “iguales” que se identifican como “fuera del medio”, es decir “normales” o capaces de disolverse en la mayoría heterosexual.

En su estudio de la representación social de los chats en sitios web homosexuales dirigidos al sexo, Sanders (2008) encontró que el espacio virtual facilita la comunicación y el aprendizaje sobre sexo y la sexualidad, haciendo posible que aquellos hombres menos extrovertidos o que viven en comunidades geográficamente aisladas entren en contacto con otros hombres de distintas culturas y de comportamientos menos reprimidos y discriminados (como suelen ser los que viven en las áreas metropolitanas); además de que estimula la autonomía sexual de los hombres estigmatizados, por lo general mayores o casados. Estos resultados están en consonancia con los obtenidos en esta investigación, en la que se obtuvo un número significativo de hombres que buscaban aprender acerca

de la experiencia homosexual. Se trata por lo general de hombres casados de alrededor de cuarenta años de edad, provenientes de las ciudades del interior que frecuentan las salas de chat de las capitales en busca de amistad e información con otros hombres de prácticas homosexuales libres que no es posible encontrar en sus ciudades.

En lo que toca a las relaciones de género Del Teso-Craviotto (2008) investigó las prácticas lingüísticas de los participantes en los chats dirigidos a encuentros amorosos que interactúan de manera muy explícita en lo sexual, tanto en la conversación como en las imágenes que circulan como manera de autenticar la pertenencia a un género específico o grupo sexual (condición indispensable para la participación en los espacios virtuales de deseo y erotismo). Como ejemplos cita los nicknames (alias o apelativos virtuales) “hombre”, “mujer”, “gay”, “lesbiana”, “bisexual” y otros.

En esta investigación pudo comprobarse que los recursos discursivos para la identificación son herramientas importantes para atraer sexualmente a un compañero con el fin de realizar el encuentro sexual. Se registró el uso de alias recurrentes como “turista”, “viajero”, “de fuera”, “casado de fuera”, “empresario de fuera”, así como el uso de abreviaturas de otros estados (en la sala de chat de Santa Catarina, por ejemplo, era muy común encontrar “Empresario SP”) para remarcar la condición de viajero y llamar la atención de otros usuarios por su presencia temporal.

A lo largo de estos tres años de *ciberflânerie*, en las ciudades estudiadas se identificaron noventa y siete hombres que durante sus viajes de negocios esgrimían su condición de casados como prueba de su heterosexualidad en la búsqueda de relaciones homoeróticas, además de doscientos treinta y cinco hombres residentes que se valían de la misma estrategia para buscar relaciones del mismo tipo con esos viajeros. Se trata en total de trescientos treinta y dos hombres involucrados en la misma búsqueda. No obstante, los resultados obtenidos en el espacio virtual no dan cuenta de la cantidad exacta o aproximada de sujetos en interacción. Lo cierto es que se desconoce el tamaño del universo estudiado dada la imposibilidad de permanecer conectado a todos los chats al mismo tiempo. El proveedor utilizado tiene disponibles una veintena de salas de chat en una misma ciudad y en cada una de ellas hay un promedio de cuarenta usuarios.

El ejercicio consistió en mantenerse conectado alternadamente en cada una de las salas de chat unas cuatro horas al día de lunes a viernes entre las 16 y las 20 horas, cuando se presenta la mayor afluencia de viajeros, una vez que han cubierto la jornada de trabajo y comienza a correr su tiempo libre. Desde un principio se acordó eliminar del registro aquellos perfiles que por la recurrencia de su información pudieran identificarse como pertenecientes a un mismo usuario. Esto fue posible con los residentes en las ciudades, mas no con los viajeros, quienes por su condición transitoria son menos proclives a entregarse a esa práctica, además de que entre ellos los diálogos son siempre similares y la información que proporcionan está destinada principalmente al sexo. Es probable, por lo tanto, que algunos de ellos puedan haber sido registrados más de una vez en distintos momentos con identidades distintas.

El que el número de residentes sea significativamente más alto que el de viajeros se explica por su permanencia en el mismo sitio y, por ende, por su mayor disponibilidad de tiempo para asistir al chat con mayor asiduidad. El viajero en cambio dispone comparativamente de menos tiempo para permanecer en el espacio virtual y sacar provecho de su condición transitoria. En ambos casos São Paulo presenta las tasas más elevadas dadas las dimensiones de su población, de la producción y circulación de la riqueza y el número de chats disponibles (cincuenta en total).

Se encontró que los hombres que participan en esta búsqueda virtual de sexo presencial crean personajes que esconden información personal, familiar y social, pero conservan en su mayoría las características físicas que determinan la atracción sexual. Esto no excluye la posibilidad de que parte de la información física no corresponda a la realidad, pues es bastante común que se disimulen cosas como el peso y la altura. No obstante, la cámara web pone un límite real a las posibilidades de alteración fenotípica y brinda certeza a las opciones en el espacio anónimo virtual. En este sentido, el uso de la cámara es una herramienta determinante que asegura el éxito del encuentro sexual. Como lo que importa son el fenotipo y los atributos de la masculinidad y no la vida personal, la imagen de video en tiempo real posibilita el análisis previo de esos atributos, lo cual no ocurre con una fotografía que puede ser falsa o pertenecer a otro periodo de la vida.

El chat es un juego de seducción entre los usuarios. Como señala Maiorino (2005) los textos de los chats generalmente consisten en trozos de charlas utilizados como claves de la conversación, pero que no se relacionan ni crean vínculos con quienes los enuncian. En general todas las conversaciones en esta etapa fueron muy rápidas y objetivas, con una duración media de uno a tres minutos. Aunque se trataba de mantenerlas activas por el mayor tiempo posible en cuanto se revelaba el interés por asuntos fuera de la interacción sexual se daba siempre un distanciamiento. Cada contacto y momento eran únicos.

El diálogo a continuación muestra la dinámica de la interacción entre “Jorge_SP”, como viajero, y “Hcasado”, como residente, en un chat de Florianópolis celebrado a las 18 horas un día de agosto de 2010:

Hcasado —¡Hola, buenas tardes!

Jorge_SP —¡Hola, buenas tardes!

Hcasado —¿Qué edad tienes?

Jorge_SP —30 años, moreno claro, 1.85 m, 90 kg, con barba. ¿Y tú?

*Hcasado —38, blanco, 1.67 m, 75 kg, lampiño, muslos gruesos y muy
cachondo. ¿Qué haces en Florianópolis?*

Jorge_SP —Trabajo.

Hcasado —¿Qué te gusta?

Jorge_SP —De todo, pero prefiero ser activo. ¿Qué estás buscando?

Hcasado —Sexo en secreto. Soy pasivo. ¿También eres casado?

¿Dónde estás ahora?

Jorge_SP —Sí, casado. Estoy en un hotel en Beira Mar.

Hcasado —¿Estás libre? ¿Puedo ir ahí?

Jorge_SP —Ahora no puedo. Sólo después de las 22 h.

Hcasado sale de la habitación...

El diálogo iniciado por “Hcasado” se ajusta al modelo seguido en casi todos los casos que prioriza el fenotipo, las preferencias sexuales, la demarcación de la heterosexualidad por el matrimonio y la posibilidad de encuentro cercano. Los símbolos son de gran relevancia en la dinámica de la interacción virtual y las siglas “SP” de “Jorge” lo califican como de otra parte, lo cual motiva la búsqueda de los residentes.

Exactamente igual que en el territorio brasileño virtual en Lisboa, Portugal, se identificó a un considerable número de brasileños que utilizaban el chat UOL con el mismo fin sexual con el que lo utilizan en Brasil. Aunque en menor cantidad, estos hombres brasileños heterosexuales se encontraban en Lisboa de trabajo y se internaban en los chats de Portugal en busca de relaciones homoeróticas, internacionalizando así las prácticas brasileñas de búsquedas sexuales. En este caso no había preferencia específica por los portugueses, ya que la mayoría de los usuarios que se encontraban en el chat de Lisboa eran brasileños y la mayoría de los encuentros se daba entre brasileños.

Con la expectativa de encontrar un viajero, “Jorge” aparece en el espacio virtual como residente en Lisboa en una conversación con un hombre de negocios de Brasil a las 19 horas, un día de julio de 2012:

Jorge_HH —Buenas noches. ¿Qué tal?

EmpresarioBR —¡Buenas noches! Negro, 1.80 m, 100 kg, de 45 años, casado, versátil, discreto. ¿Y tú?

Jorge_HH —Moreno claro, de 30 años, 1.85 m, 90 kg, con barba, velludo, discreto y casado. ¿De dónde eres?

EmpresarioBR —¡Perfecto! De Río. Estoy en la ciudad de trabajo sólo por esta noche, y con ganas de buen sexo con alguien discreto y confidencial. ¿Pones tu cam?

Jorge_HH —Sí (se abre la cámara web) ..

EmpresarioBR —¡Genial! ¡Me gusta!. ¡Todo un macho! ¿Eres versátil o sólo activo?

Jorge_HH —Depende de cómo se den las cosas. Disfruto de todo, pero prefiero ser activo.

EmpresarioBR —Estoy en el centro, en el Marqués. Puedes venir aquí al hotel. Anota mi número: xxx xxx xxx. Llámame y nos ponemos de acuerdo.

Jorge_HH —Ok.

EmpresárioBR —Llámame ahora. ¡Abrazos!

El diálogo termina, pero “EmpresarioBR” permanece en el chat, probablemente en busca de otros contactos.

Este diálogo revela la inmediatez de la búsqueda sexual en el espacio virtual. Tras la aprobación a través de la cámara web, viene el aseguramiento de un número de teléfono móvil que probablemente se desechará más tarde para eliminar cualquier vínculo con la vida cotidiana del viajero. La condición de “versátil” está en la expectativa de una interacción sexual activa, deducida en este caso por el interlocutor a partir de la imagen que ha visto de “Jorge”. Después de establecer el contacto telefónico no hay interés por parte del viajero en continuar el contacto virtual y la conversación termina con la condición inminente de una conexión para concertar el encuentro sexual.

Algunos de los hombres contactados en el ejercicio se mostraron dispuestos a un debate más amplio y abierto acerca de sus actividades sexuales en los chats. Muchos hombres, además de sexo buscan compañía pues se encuentran solos en una ciudad ajena, condición que permitió establecer un diálogo abierto acerca de sus aventuras sexuales extramaritales. No obstante, en atención a la ética de la investigación académica “Jorge” no podía desempeñar el papel de entrevistador sirviéndose de la misma proximidad anónima que utiliza en el espacio anónimo virtual, lo cual restringe considerablemente las posibilidades de obtención de información. El resultado fue un segundo ejercicio de campo: aclarar a los encuestados las verdaderas intenciones de la presencia de “Jorge” en el espacio virtual y convencerlos de ofrecer una entrevista personal, aunque fuera breve, con el fin de participar en el estudio, lo cual se tradujo en diálogos más largos y con más detalle. Ante la inminente reunión en el espacio anónimo presencial “Jorge” (todavía en el espacio anónimo virtual) dio paso al investigador.

Todas las entrevistas se celebraron en lugares públicos (en el espacio de transición) como bares y restaurantes, a fin de evitar cualquier trasgresión de lo acordado en el espacio virtual y estableciendo un “espacio de seguridad” entre entrevistador y entrevistado. A lo largo de la investigación fueron concertadas diecisiete entrevistas, de las cuales se llevaron a cabo once: siete con viajeros, incluyendo dos en Lisboa, y cuatro con residentes, uno también en Lisboa, pero todos brasileños. Las cinco citas restantes fueron descartadas. Dos de los contactos no asistieron y tres de ellos no encajaban en el perfil establecido en el espacio anónimo virtual.

El espacio anónimo presencial

El espacio anónimo presencial es aquel donde se efectúa el encuentro sexual secreto, fruto de la búsqueda en el espacio anónimo virtual. En este lugar se establece una seguridad emocional basada en la confidencialidad y la discreción en medio de la vida cotidiana de la gran urbe, donde las interacciones homoeróticas se dan libres de la censura impuesta por la moral social hegemónica. Es un espacio reservado que establece una frontera simbólica de anonimato e invisibilidad de los involucrados y del lugar mismo.

Los encuentros se conciertan predominantemente en hoteles, posadas y otros establecimientos de hospedaje donde se alojan los viajeros en razón de su trabajo. En general, todos los encuestados y algunos de los sujetos que participaron en los diálogos obtenidos en el espacio anónimo virtual mostraron su preferencia por el uso de establecimientos hoteleros como sitio principal de la interacción sexual homoerótica, lo cual resulta conveniente para los residentes.

El testimonio de VE2 expone en detalle cómo se procede durante los encuentros inmediatos y los mecanismos de protección que se establecen para evitar la identificación o el intercambio de contactos fijos.

Cuando alquilo una habitación pido una cama doble, pero con cuentas separadas para cada persona, ya que en la factura constarán esos detalles. Pido una habitación con cama doble y digo que no me gusta la cama individual, ya que es demasiado pequeña y acabo por caerme de la cama [risas]. Usar el mismo hotel facilita las cosas, ya que no tengo que transportarme en una ciudad que no conozco bien y tampoco hace falta desembolsar dinero, si el alojamiento ya está pagado. Ahora, para no provocar desconfianza en el hotel no se concierta nada mucho más tarde de las 20 horas. Bajo a la recepción y les digo que estoy esperando a un amigo o a alguien del trabajo que tiene que subir a mi habitación para resolver alguna cosa rápida. Los hoteles causan problema si el visitante fuera a pasar la noche, ¡pero durante el día y por un corto tiempo, nunca dicen nada! Entonces salgo a esperar al chico fuera para que no se den cuenta de que no lo conozco. Le doy las instrucciones y subo a mi cuarto sin decirle mi nombre. Hacemos lo que hay que hacer y en no más de una hora se va... (VE2, 2011).

Como si se tratase de una receta de cocina, VE2 describe con confianza el procedimiento que lo protege y le permite tener un encuentro seguro, sin necesidad de intercambiar información entre las personas que se encuentran para tener sexo o entre ellos y el establecimiento hotelero. Toca al residente, familiarizado como está con la ciudad, trasladarse hasta el lugar de encuentro. En general, los encuestados utilizan este modelo de encuentro casi de la misma manera. Sin embargo, tres de ellos (VE3, VE4 y VE5) no se encontraban en establecimientos de hospedaje; el primero por estar en la casa de la familia en Campo Grande, el segundo por encontrarse en el aeropuerto de Congonhas en São Paulo, y el tercero por no dormir en Florianópolis. Todos ellos dijeron utilizar moteles, modalidad de alojamiento que en Brasil convencionalmente se alquila por horas para la práctica sexual.

Me quedo en casa de una tía, así que cuando me voy a encontrar con alguien, tengo que ir a un motel, donde al menos se puede entrar sin mostrar el rostro en una recepción, como en los hoteles. En un hotel a los empleados les quedaría claro que se trata de un encuentro sexual. También sería imposible ir a la casa de un chico si es casado (VE3, 2011).

Aquí no hay un cuarto para sexo, ¿verdad? Sería bueno proponer esa mejora para el aeropuerto, ¡porque es algo muy necesario! [Risas]. Cuando viajo por lo general quedo de verme en el hotel donde estoy, es más fácil para mí. En este caso, si hubiera encontrado a alguien tomaría un café con él, como lo estamos haciendo ahora, y si me inspirara iríamos al baño: es un lugar reservado a hombres y, si se quiere, dos pueden caber en el mismo privado. Es cuestión de que ambos tengan la voluntad [risas] (VE4, 2011).

Como yo no duermo fuera de casa, acabo yendo a un motel. Si el tipo es de aquí de la ciudad, le pregunto dónde sería mejor para él, que corre mucho más riesgo que yo de ser visto (VE5, 2011).

Además de confirmar la práctica de reunirse en su propio alojamiento, la declaración de VE4 pone al descubierto otro aspecto de este tipo de socialización: que un intercambio sexual puede efectuarse también en un lugar privado pero de circulación abierta. El baño de un aeropuerto es un lugar predominantemente masculino en el que dos hombres pueden, con cierta destreza, introducirse en el mismo privado sin llamar la atención de los demás y realizar intercambios sexuales mientras esperan sus respectivos vuelos. Los aeropuertos promueven el encuentro entre dos viajeros en un lugar de relaciones fluidas sin necesidad de revelar su identidad.

Desde otra perspectiva, los residentes se sienten más comprometidos con la vida cotidiana del lugar en el que viven, y se cuidan de no transgredir las normas sociales. Para ellos, el espacio de socialización sexual es más restringido y el mantenimiento de la imagen heterosexual se encuentra más comprometido, como subrayan VE5 al declarar que deja que sea el residente quien elija el lugar donde pueden encontrarse, y VE3 al admitir la imposibilidad de que los intercambios se den en el lugar del residente dada su condición de casado y su vida familiar. Ellos afirman que:

Prefiero ir a un hotel, que es menos sospechoso. E incluso voy a un motel, pero me escondo en el asiento trasero del coche para entrar (RE1, 2011).

En casa es imposible. La cosa es ir hasta donde está el tipo o ir a un motel (RE2, 2011).

Siempre voy a hoteles. Nunca he tenido problemas para entrar. Además, nunca he tenido que dar mi nombre, pues el encuentro se planea siempre afuera (RE3, 2011).

El hotel es más discreto, sí, pero también sirve el motel, ¡cuando hay necesidad! (RE4-PT, 2012).

Los residentes distinguen claramente entre el anonimato que ofrece el encuentro en un hotel y el riesgo que se corre en un motel, a donde la gente acude para tener relaciones sexuales y si por alguna razón llegaran a tener que identificarse las posibilidades de escapar o de evitar el estigma serían prácticamente nulas. El motel proporciona, así pues, poca seguridad durante la entrada y la salida. En cambio, las instalaciones convencionales de alojamiento ofrecen privacidad e invisibilidad

por tratarse de lugares abiertos al público en general, carentes de connotaciones sexuales y menos aún homosexuales. Miskolci (2009: 181) ilustra la incertidumbre que acompaña a la transición del espacio secreto de Internet al espacio público de la cita en el que ambos participantes tendrán que exhibirse y a la cual acuden con miedo y aprensión respecto de la imagen que cada uno de ellos y su pareja sexual puedan proyectar. *“El encuentro cara a cara suele ser de evaluación mutua a partir de cuestiones tales como la conformidad que cada uno guarda con las imágenes dominantes de la masculinidad”*; y siempre se prioriza el anonimato.

Convencer a un hombre que está en el espacio anónimo virtual a conceder una entrevista es, sin duda, la tarea más difícil del trabajo de campo, sobre todo cuando se trata de viajeros que disponen de poco tiempo, lo cual dificulta la concertación de una cita a no ser por recomendación como ocurrió con VE3. En el caso de VE5 cuando se le encontró en el chat de Florianópolis ya estaba de vuelta en su ciudad natal en el interior de Santa Catarina, por lo que se concertó la cita para el día siguiente cuando fuera a trabajar a la capital. Dada la proximidad de las dos ciudades VE5 rara vez pasa la noche en la capital, lo que reduce aún más su tiempo disponible para un encuentro erótico por lo que suele concertarlo antes del viaje. Con otros viajeros las entrevistas tuvieron lugar poco después de la reunión virtual (alrededor de una o dos horas más tarde), excepto con VE4 que se encontraba en conexión en el aeropuerto de São Paulo.

Con los “residentes” las cosas fueron considerablemente más fáciles porque eran más numerosos y porque fueron entrevistados en sus propias ciudades, lo cual amplía la disponibilidad de tiempo. Ambas entrevistas se realizaron en el espacio de transición, como se muestra a continuación.

Espacio de transición

El espacio de transición es una suerte de antesala del espacio anónimo presencial formada por la reunión de la pareja sexual previamente concertada en el espacio anónimo virtual. Por más que la identidad social e individual de los participantes se mantenga en secreto se trata de una etapa pública del proceso de selección en la que se comprueban las posibilidades reales de la interacción sexual. Por lo tanto, es un espacio de transición entre el espacio anónimo virtual y el espacio anónimo presencial que algunos hombres establecen con el fin de garantizar la seguridad de sus acciones, así como su integridad física y moral.

Es en este espacio de transición donde se realizaron las entrevistas durante los tres años de investigación de campo. La primera tuvo lugar en Florianópolis donde se encontró a VE1 en el chat el 23 de mayo de 2011. En el espacio anónimo virtual se presentaba como “Empresario de fuera”, y se describía como “casado, confidencial y versátil”. En una conversación relajada, hizo la siguiente declaración:

Viajar es una de las cosas que me gustan de mi trabajo. Rompo la rutina de la casa a la oficina y de la oficina a la casa, hago cosas distintas, como ir a bares y restaurantes, y comer platillos típicos. Conozco gente y a otros hombres como yo. ¡Eso es lo que busco en Internet! Utilizo el chat porque me parece simple y rápido. Uno encuentra de todo [risas]. Ayer conocí a un chico en el chat que vive en Lagoa [da Conceição]. Él también es casado, tiene treinta y cinco años, y estaba trabajando en una oficina aquí cerca. Cuando salió vino aquí y fuimos a hablar a aquella plaza de enfrente hacia las 18 horas. Luego nos fuimos a la habitación y tuvimos sexo. [...] Creo que tenía miedo de llegar tarde a casa y que su mujer sospechara algo. ¡Eso es bastante común! Y cuando tienes relaciones sexuales con alguien que nunca has visto, no sabes qué va a pasar, incluso si el sexo va a ser bueno o no. (VE1, 2011).

VE2 Apareció en el chat de Florianópolis el 17 de agosto de 2011, con el alias de “Traveler”, presentándose como “casado, discreto y preferiblemente pasivo”. La reunión fue única y tuvo lugar inmediatamente después del contacto virtual.

¡Me encanta el fútbol! [Risas]. Me pareció interesante la propuesta: nunca oí que se organizara algo sobre el tema, así como una investigación. Yo no salgo con otros hombres a menudo porque viajo mucho de trabajo; sólo una vez al mes. [...] Cada vez que viajo busco sexo, pero no siempre se da. Creo que también depende un poco de la suerte de encontrar a alguien atractivo, confiable y discreto. ¡Por eso busco casados como yo! Una vez conocí a un chico joven y guapo, pero después me enteré de que estaba loco: me estuvo llamando por varios días. Menos mal que el número que le di fue el que uso sólo aquí, pero me molestó tanto que tuve que cambiar de número. Otra vez me fui a encontrar a un tipo que se las daba de “macho”, todo marcado, fuerte y “activo”, pero cuando me di cuenta, parecía que andaba de tacones altos [risas] Es por eso que la cam es importante: uno ve, oye y evalúa [...] y todavía se corre el riesgo de tener un pésimo encuentro, porque no hay ninguna garantía de que el sexo sea bueno. Solamente experimentándolo [risas] (VE2, 2011).

Por recomendación de otro contacto, se logró entrevistar a VE3. Encontrándose de trabajo en Campo Grande concedió una entrevista el 30 de septiembre de 2011, la cual fue programada previamente.

Siempre sentí atracción sexual hacia los hombres, ¡pero también hacia las mujeres! Tengo una vida normal. Mi familia es muy tradicional y católica: nunca aceptaría una condición distinta a la que vivo. Pero me gusta la manera en que llevo mi vida sexual: salgo con hombres cuando quiero y se da la oportunidad, que por lo general es cuando viajo: ¡casi todas las semanas [risas]! Una vez aquí, en Campo Grande, conocí a un hombre muy interesante: guapo, exitoso, “sabroso”, ¡nuestro sexo fue genial! El problema es que casi me involucré [...], empecé a querer más y más, y mi esposa llegó a darse cuenta de que yo había cambiado. Yo creo que por eso los casados buscamos también otro casado: no se trata de ser heterosexual y que “no se te note”, sino una forma de evitar el involucramiento. En el caso que te cuento, el tipo era soltero y terminó concediéndome más

encuentros, y entonces ¡yo casi pierdo la cabeza llevado por un deseo tonto! Si él hubiera tenido mujer, no me habría dejado acercarme tanto, y yo me habría quedado tranquilo (VE3, 2011).

De manera inusitada, el 17 de octubre de 2011, en el aeropuerto de Congonhas en São Paulo, apareció VE4 en el espacio anónimo virtual. VE4 usaba el alias de “H_Congonhas” para buscar interacciones homoeróticas mientras espera su conexión a casa. Accedió a hablar inmediatamente después del encuentro virtual, por única ocasión, en la cafetería del aeropuerto.

Los hombres aman el sexo, incluyendo entre ellos. En cualquier lugar reservado, ¡donde hay muchos hombres hay sexo! Prueba de ello son los baños reservados a los hombres: ¿me vas a decir que nunca has visto a alguien mirar el pene del vecino en los mingitorios, o a dos hombres entrar en un mismo privado? Sucede todo el tiempo, y todo el mundo lo sabe. Si quieres sexo rápido en un lugar que no llame la atención, quédate en un baño público cinco minutos y pronto te conseguirás a alguien [risas]. Pero, por supuesto, debemos tener mucho cuidado de que no nos llamen “maricones” por ahí. Internet ha facilitado mucho esta búsqueda. En los chats encuentras gente próxima a ti con ganas de hacer lo mismo. Puedes utilizar la cam y saber con quién vas a encontrarte. Uso el chat para conocer hombres cuando viajo, y acabo teniendo sexo en el mismo hotel. Pero tiene que ser alguien discreto y casado, para que haya más seguridad y entendimiento entre los dos (VE4, 2011).

VE5 fue un caso aparte. Fue contactado en el chat de Florianópolis mientras se encontraba todavía en su ciudad, Brusque, en el interior del estado. Utilizando el apelativo de “Hombre del interior”, accedió a tener una entrevista tras el primer contacto el 10 de noviembre de 2011 en un bar de Florianópolis, programada para el día siguiente durante su viaje de trabajo a la capital del estado.

Brusque es una ciudad pequeña y mi familia es muy tradicional. ¡No hay posibilidad de tener un encuentro sexual con otro hombre allí! Floripa es diferente: un montón de gente, y es más fácil desaparecer en la multitud [risas]. Eso sí, no quiero llamar la atención ni comprometer mi vida familiar. He conocido a algunos hombres aquí, pero nunca tuve un “caso”. Tengo que usar el chat un día antes para concertar el encuentro. Dispongo como máximo de dos horas libres antes de regresar a casa. Pero las personas buscan sexo en el momento. Yo siempre cojo el teléfono y llamo, pero a veces la persona no contesta, ¡y tengo que regresarme sin haber conseguido nada! (VE5, 2011).

En Lisboa se realizaron dos entrevistas con dos brasileños alojados en hoteles, quienes accedieron a tener un encuentro único inmediatamente después del contacto virtual. VE6-PT se encontraba en la ciudad de negocios. Su alias era “Brasileño en PT: casado, discreto y versátil”, y concedió la entrevista en un bar el 13 de julio de 2012. El segundo, VE7-PT, es brasileño, empleado de una multinacional y estaba en Lisboa de trabajo también. Apareció en el chat el 10 de agosto de 2012 utilizando el alias de “H_BR-PT: casado y pasivo”, y aceptó tener una entrevista en una cafetería típicamente brasileña del centro de la ciudad.

El sexo es algo muy presente en los viajes de trabajo: ha sido así conmigo durante más de veinte años. Sales, trabajas y tienes también tiempo para el ocio; estás en un hotel solo, sin conocidos que te observen, y nada de lo que haces se sabrá si tú no lo cuentas. ¡Todo es propicio para el sexo! ¡Y cuanto más lejos de casa, mejor! Si busco sexo libremente cuando voy a Campinas, que está al lado de São Paulo, ¡imagínate las oportunidades que tengo aquí en Lisboa! [risas] (VE6-PT, 2012).

Hace mucho que no tengo sexo con hombres. Esto es algo muy reciente en mi vida, ya que en el otro trabajo que tenía rara vez viajaba. En éste, que llevo cuatro años, viajo mucho, sobre todo aquí y a Londres. Río es una ciudad que ofrece muchas oportunidades para el sexo, pero soy muy tímido y miedoso. ¡Todo el tiempo me siento vigilado! La primera vez que fui a Londres, sólo tuve relaciones sexuales con un hombre que conocí en un bar en la esquina del hotel donde estaba. Fue una experiencia bastante loca, pero sabrosa [risas]. Después aprendí cómo actuar, descubrí el chat, perdí mi miedo y terminé buscando cuando estoy lejos de casa [risas] (VE7-PT, 2012).

En lo que toca a los residentes entrevistados (RE) la propuesta era exactamente la misma, pero en relación inversa con los viajeros a fin de comprender el proceso de encuentro. Ellos aparecen en el chat en mayor número, pero aquí se tratará de sólo unos cuantos, ya que son los viajeros el foco principal del análisis.

RE1 mostraba seguridad en el habla y en los informes de sus experiencias homoeróticas extramaritales, contadas como grandes trofeos de conquista y satisfacción personal, afirmando que ha tenido sexo hetero y homoerótico por más de veinte años sobre todo con viajeros. La entrevista se llevó a cabo el 2 de mayo de 2011 en Porto Alegre con cita previa, en una cafetería típica de la ciudad.

Siempre he tenido asuntos fuera del matrimonio, e incluso perdí una esposa por eso [risas]. Con un extraño es más seguro: pronto se va y no te compromete. Y si está casado, ¡mejor aún! Aquí hay muchos hombres que vienen de São Paulo, Curitiba y Florianópolis a trabajar. En el chat los encuentras todos los días [...] Como la ciudad es enorme, es muy fácil ocultarse, ir a lugares más remotos, a moteles y también a hoteles. Muchos hoteles de aquí en la ciudad los conocí así [risas] (RE1, 2011).

RE2, se le encontró en el *chat* identificado como: "H_discreto: casado, confidencial y versátil". Concedió una entrevista programada para el 10 de agosto de 2011, durante el almuerzo en un restaurante orientado al turismo, donde ya ha tenido encuentros con algunos hombres.

Floripa tiene un montón de gente de "fuera": trabajadores y turistas, lo que hace relativamente fácil tener un encuentro sexual. Confieso que ya salí una vez con un chico de la ciudad, pero luego descubrí que vivía cerca de mi casa, sabía quién era yo y hasta conocía a mi esposa. ¡Me asusté! [Risas]. Este mundo es demasiado pequeño, ¡no te puedes arriesgar! Después de esa experiencia,

contacto en el chat a quienes se identifican como “de fuera”. El viajero, además de la ventaja de que no sea de aquí, es muy fácil de conseguir: todos buscan sexo rápido cuando viajan solos, jeso es un hecho! (RE2, 2011).

En el *chat* de Lisboa se encontró el perfil recurrente de RE4-PT, brasileño, vive en Lisboa hace diez años, donde trabaja en una empresa de seguridad privada. Utilizaba todos los días el mismo alias de “H_sigiloso: casado y versátil”, aparentando tranquilidad y mostrando preferencia por el uso de la cámara web. Aceptó concertar una entrevista para el 7 de septiembre de 2012, en una típica parrilla brasileña del centro de la ciudad, donde hizo una serie de observaciones respecto de las interacciones sexuales entre brasileños y portugueses en el chat.

En el chat la mayoría son brasileños que viven aquí en Lisboa, como yo. Hay portugueses, pero ellos no tienen el hábito de usar el chat como nosotros. Ellos tienen sus sitios de encuentro. En el chat se puede encontrar hasta brasileños que están por mudarse para acá y quieren saber más del país y de la vida en Europa. Los portugueses que frecuentan el chat saben que probablemente encontrarán sólo brasileños, ¡y eso les gusta! También se encuentran turistas, hombres de negocios, estudiantes que vienen a congresos, etcétera. A los brasileños de fuera les resulta extraño cuando utilizan el chat y casi no encuentran portugueses [risas]. El encuentro sexual entre brasileños aquí es bastante común: creo que he salido con más brasileños aquí que en Brasil [risas] (RE4-PT, 2012).

En un sentido amplio, las entrevistas permitieron comprender a los sujetos un poco mejor de lo que posibilitaban las interacciones en los espacios anónimos, en donde estos sujetos actúan los personajes ideales y sexualmente atractivos que se construyen. Los residentes describen cómo aprendieron a ver en el viajero una protección a su vida cotidiana, así como el viajero entiende que lejos de su grupo se libera del control social que ordena sus acciones, incluyendo la sexualidad, en los ámbitos públicos y privados.

CONSIDERACIONES FINALES

A escala global el espacio virtual impacta a las sociedades que se sirven de él mediante procesos simultáneos de construcción, repetición y afirmación de nuevas ideologías y comportamientos, siendo capaz de transmutar viejos paradigmas sociales como puede identificarse en las actividades sexuales anónimas que infringen las normas sociales y dan rienda suelta a los deseos sexuales reprimidos en la vida cotidiana. El viaje, desde este punto de vista, hace posible la eliminación del grupo social fijo para dar paso a nuevas experiencias limitadas sólo por la brevedad del viaje y no ya por la sociedad que supervisa y sanciona el comportamiento moral.

Curiosamente, el estado civil “casado” sufre una inversión de valor en la práctica sexual para atraer, en lugar de repeler, personas interesadas en encuentros individuales en condiciones de

anonimidad y seguridad, garantizados por la existencia de un compromiso social sólido para el que la nueva relación sexual no constituye una amenaza.

Según los entrevistados el chat ofrece menos riesgos sociales, más comodidad y agilidad en la búsqueda sexual, sin que tengan que establecerse vínculos posteriores, ya que no hay intercambios de contacto que pudieran conducir a la identificación o acercamiento en el futuro. El uso de las salas de chat durante el viaje para encontrar parejas sexuales parece sugerir una falta de afecto en la vida cotidiana, o la necesidad de liberarse de las restricciones que controlan el comportamiento sexual y la identidad pública. Los espacios anónimos asumen, así pues, una función liberadora y compensatoria de las presiones de la vida humana.

Cuando “Jorge” asumía la condición virtual de viajero, encontraba siempre personas del mismo perfil, incluso residentes, pero las oportunidades de citas eran decididamente más numerosas, lo que demuestra que la condición de viajero es muy oportuna para la sociabilidad homoerótica esporádica. No hay crisis de identidad de género, ni dudas sobre la condición heterosexual pública, ni tampoco se asume un sentimiento de frustración o infelicidad ligado al sexo en el matrimonio o en el viaje.

Todas las entrevistas muestran cómo el proceso de pertenencia a la “comunidad imaginada” depende de una experimentación que permite aprender a lidiar con los riesgos y a identificar a los semejantes en patrones bien definidos de conducta pública y camaradería. El “espacio de transición” que utilizan como forma de garantizar la seguridad y el éxito del encuentro sexual, representó para la investigación un campo complementario que ofreció a los entrevistados la seguridad emocional necesaria para conceder las entrevistas.

En una investigación de este tipo, el investigador está sujeto a las mismas situaciones que experimentan estos hombres. En el espacio virtual se encontraron hombres que presentaban descripciones e información falsos acerca de su apariencia física, estado civil y sexualidad. En el espacio anónimo presencial, no obstante, estas personas se presentaron claramente como homosexuales o bisexuales y admitieron libremente frecuentar los guetos gay, ya sea como solteros o como casados con otros hombres, lo cual quedó fuera de los límites de este análisis. Hubo también encuentros fallidos por la no comparecencia de los contactos al lugar acordado, lo que puede haberse debido ya sea a un arrepentimiento por temor a exponerse públicamente y a proporcionar cualquier información que pudiera comprometerlos o a la concertación posterior de un encuentro sexual, razón por la que se encontraban en el espacio anónimo virtual. Es también posible que algunos de esos hombres se encontraran simplemente “jugando” en el espacio anónimo virtual, aprendiendo a interactuar y a reconocer a sus semejantes sin realmente estar dispuestos a tener un encuentro presencial.

Los espacios anónimos siempre han estado presentes en la vida de las personas como efugios de la vigilancia social, especialmente aquella vinculada a la familia y el trabajo. Las imposiciones

sociales de un comportamiento sexual predominantemente heteronormativo definen figuras masculinas exitosas que, idealmente, deben mantener un matrimonio heterosexual monogámico con hijos; imágenes arraigadas en siglos pasados en perjuicio de lo que sucede en la práctica. Así pues, estos espacios anónimos, como espacios simbólicos personales, no se imponen como resistencia o ruptura de la norma social, sino como válvulas de escape que salvaguardan las estructuras dominantes y las mantienen libres de cambios y cuestionamientos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anderson, B.** (2008) "Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo". Companhia das Letras, São Paulo
- Barreto, M.** (1996) "Turismo 'de negocios': un concepto polémico". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 5(3): 207-221
- Benjamin, W.** (1997) "Obras escolhidas III – Charles Baudelaire: um lírico na época do capitalismo". Brasiliense, São Paulo
- Bogue, R.** (1996) "Deleuze and Guattari". Routledge, Londres
- De Certeau, M.** (1994) "A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer". Vozes, Petrópolis
- Del-Teso-Cravioto, M.** (2008) "Gender and Sexual Identity Authentication in Language Use: The Case of Chat Rooms". *Discourse Studies* 10(2): 251-270. Disponible en: DOI 10.1177/1461445607087011. Consultado el 10/12/2014
- Foucault, M.** (1994) "História da sexualidade I: a vontade de saber". Relógio D'Água, Lisboa
- Gagnon, J. & Simon, W.** (1973) "Sexual Conduct". Aldine, Chicago
- Genzuk, M.** (1993) "A Synthesis of Ethnographic Research". Occasional Papers Series, Center for Multilingual, Multicultural Research, Rossier School of Education, University of Southern California, Los Angeles
- Krippendorff, J.** (1989) "Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens". Civilização brasileira, Rio de Janeiro
- Lanzarini, R.** (2013) "Jorge: empresário de fora, casado e versátil – homoerotismo no anonimato das viagens". Tesis de doctorado. Universidad Federal de Santa Catarina, Florianópolis
- Lanzarini, R. & Trigo, L. G. G.** (2014) "Lazer sexual masculino no Brasil". *Turismo e Desenvolvimento* 2(21/22): 59-67. Disponible en: http://www.academia.edu/7646511/Lazer_sexual_masculino_no_Brasil. Consultado el 26/12/2014
- Lemos, A.** (2007) "Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura contemporânea". Sulina, Porto Alegre
- Lemos, A.** (2010) "Ciber-socialidade: tecnologia e vida social na cultura contemporânea". Sulina, Porto Alegre
- Maffesoli, M.** (2004) "A comunicação sem fim: teoria pós-moderna da comunicação". En: Martins, F. & Silva, J. A genealogia do virtual. Sulina, Porto Alegre, pp. 71-96
- Maiorino, F.** (2005) "A subjetividade na era dos chats". *Psicologia e Informática: Desenvolvimento e Progresso* 2(3): 18-30

- Máximo, M.** (2010) "Da metrópole às redes sociotécnicas: a caminho de uma antropologia no ciberespaço". En: Rifiotis, T. *Antropologia no ciberespaço*. UFSC, Florianópolis, pp. 29-46
- McLean, J. W.** (2008) "Reading men's diaries: a discursive analysis of posts on the world sex guide". University of Manitoba, Winnipeg
- Miskolci, R.** (2009) "O armário ampliado: notas sobre a sociabilidade homoerótica na era da Internet". *Gênero* 2(9): 171-190. Disponible en: <http://www.ieg.ufsc.br/admin/downloads/artigos/27042011-02292814artigomiskolcirichard.pdf>. Consultado el 20/11/2014
- Perlongher, N.** (2005) "Territórios marginais". En: Green, J. & Trinidad, R. (org.) *Homossexualismo em São Paulo e outros escritos*. Unesp, São Paulo, pp. 266-290
- Piscitelli, A.** (2005) "Viagens e sexo on-line: a Internet na geografia do turismo sexual", *Cadernos Pagu* 25: 281-326. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-83332005000200011>. Consultado el: 20/11/2014
- Richardson, R.** (1999) "Pesquisa social: método e técnicas". Ed. Atlas, São Paulo
- Rifiotis, T.** (2010) "Antropologia no ciberespaço". UFSC, Florianópolis
- Sandres, T.** (2008) "M4M Chatrooms: Individual Socialization and Sexual Autonomy". *Culture, Health & Sexuality: An International Journal for Research, Intervention and Care* 10(3): 263-276
- Santoro, F.** (2007) "Arqueologia dos prazeres". Objetiva, São Paulo
- Schaeffer-Gabriel, F.** (2005) "Cyber-love.com: Cyberbride in the Americas and the Transnational Routes of U.S. Masculinity". *Signs: Journal of Women in Culture and Society* 31(2): 331-356
- Young, K.** (1996) "Internet Addiction. The Emergence of a New Clinical Disorder". *Annals of the 104th Annual Meeting of the American Psychological Association, Toronto*, pp. 237-244

Recibido el 20 de enero de 2015

Reenviado el 05 de marzo de 2015.

Aceptado el 15 de abril de 2015

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

DIFERENCIAS Y DESIGUALDADES EN LOS DESPLAZAMIENTOS

Turistas e inmigrantes gay brasileños entre São Paulo (Brasil) y Barcelona (España)

Isadora Lins França*
Universidade Estadual de
Campinas - Brasil

Resumen: Entre São Paulo (Brasil) y Barcelona (España) se ha establecido un circuito de consumo global con un intenso flujo de información, objetos y personas asociado con la homosexualidad. Este artículo se nutre de los resultados de una investigación de campo de carácter etnográfico con observación participante en un importante festival internacional gay en la ciudad de Barcelona, el mercado dirigido a los hombres gay de esa ciudad y la inserción de brasileños en ese mercado. El objetivo es entender cómo se produce el sentido de lugar en relación con la sexualidad en Barcelona, considerando la circulación transnacional de personas, información y objetos en el mercado orientado a los hombres gay y la producción de un discurso que asocia la ciudad con las nociones de "libertad" y "cosmopolitismo". Una de las ideas centrales es que la experiencia de participación en la escena gay de Barcelona es mucho más diversa de lo que comunican las imágenes de la ciudad como destino turístico, que depende de las posiciones del sujeto y de las relaciones de poder que operan en el ámbito local y también remite a los lugares de origen de los inmigrantes y los turistas.

PALABRAS CLAVE: sexualidad, consumo, homosexualidad, mercado, turismo.

Abstract: Dislocating Differences and Inequalities: Brazilian Gay Tourists and Immigrants between São Paulo (Brazil) and Barcelona (España). As with many other large cities, there exists between São Paulo and Barcelona (a prized tourist destination among Brazilian gay men) a global consumer circuit with an intense flow of information, objects and people associated with homosexuality. This article takes on the results of a field research involving participant observation of an international gay festival, and the market directed to gay men in Barcelona. The focus of the research was on the circulation of Brazilian gay men in these contexts. The transnational circulation of people, information and objects related to the gay market, along with a discourse that associates Barcelona with notions of "freedom" and "cosmopolitanism", produces senses of place related to sexuality, which the article seeks to understand. One of the central ideas is that participation in the Barcelona gay scene is much more diversified than the images related to the construction of the city, as a gay tourist destination would have us believe. The experience changes according to social position, thereby exposing the power relations at work at the local level and in the places of origin of immigrants and tourists.

KEY WORDS: sexuality, consumption, homosexuality, market, tourism.

* Licenciada en Historia por la Universidad de São Paulo, São Paulo, Brasil. Maestría en Antropología Social por la Universidad de São Paulo y Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Estadual de Campinas, Brasil; institución en la cual se desempeña como Profesora en el Departamento de Antropología del Instituto de Filosofía y Ciencias Humanas. Además se desempeña como profesora colaboradora en el Núcleo de Estudios de Género Pagu. E-mail: isa.linsf@gmail.com

INTRODUCCIÓN

Entre los circuitos globales de consumo existentes hoy día, está el relacionado con la homosexualidad, el cual pone en marcha un intenso flujo de información, objetos y personas. Una expresión de este mercado gay de carácter mundial parte de una escena cultural específica compuesta por hombres musculosos, el consumo de sustancias psicoactivas sintéticas y música electrónica, cuya expresión se ha observado a nivel local en la ciudad de São Paulo (França, 2012). Con el festival de música electrónica para gente gay más grande de Europa, Barcelona es una de las ciudades centrales de este circuito, del que forman parte algunas ciudades brasileñas como São Paulo y Río de Janeiro, cuyas iniciativas de mercado gozan de cierta visibilidad en la escena.

Estudios recientes en el ámbito del género y la sexualidad se han centrado en los movimientos transfronterizos de mujeres y travestis que se insertan en las redes de prostitución de otros países, las relaciones afectivas entre extranjeros y mujeres brasileñas que resultan en la migración de estas últimas a países europeos y a los Estados Unidos, el turismo sexual de extranjeros en busca de mujeres en Brasil, y los procesos de emigración de las mujeres brasileñas a los países del norte (Piscitelli, 2013; Silva & Blanchette, 2005; Teixeira, 2008; Assis, 2004). Más raros han sido los trabajos dedicados a entender a los hombres como objetos de deseo para las mujeres y las motivaciones de las prácticas de turismo (Trinidad, 2009; Pruitt & Lafont, 1995), y más escasos aún los estudios que abordan los movimientos transnacionales en contextos relacionados con la homosexualidad.

A fin de contribuir al avance del conocimiento en este último aspecto, este artículo presenta las reflexiones procedentes de una investigación posdoctoral basada en la observación etnográfica del festival gay internacional *Circuit* y del mercado orientado a los hombres gay en la ciudad de Barcelona, y en la exploración de cómo circulan los brasileños en este universo desde distintas posiciones del sujeto. De particular interés son las articulaciones y disyunciones de las iniciativas del mercado del ocio y del consumo dirigido a hombres gay, y las estrategias personales de los brasileños que circulan por ese escenario en el que sujetos de distintas posiciones sociales se mueven a través de distintos registros de movilidad (Schiller & Salazar, 2013). El texto es resultado de una investigación de posdoctorado financiada por la FAPESP (Fundación de Apoyo a la Investigación del Estado de São Paulo), bajo supervisión de la profesora Maria Filomena Gregori (IFCH/Unicamp), y desarrollada a partir del Núcleo de Estudios de Género Pagu/Unicamp entre 2011 y 2014.

La página de turismo y agenda cultural del Ayuntamiento de Barcelona (Meet Barcelona, 2014) en la sección que trata de la diversidad sexual, traducido del catalán dice *“Una capital que inspira a vivir en libertad”*. Esta es una manera sutil de referirse a lo que sería el sello distintivo de la ciudad de Barcelona como destino turístico para “gays y lesbianas”: la valoración de la diversidad y la libertad sexual. En la pestaña del mismo sitio web titulada “Descobriu BCN” (“Descubre BCN”), entre una

docena de sugerencias específicas está el título de “Ciutat Oberta” (Ciudad Abierta), con información para el turismo de “gays y lesbianas”. En el primer párrafo se lee:

Barcelona es una ciudad plural y tolerante que satisface intereses y necesidades de todo tipo en cualquiera de sus barrios. Lo mejor para empezar es conocer el barrio de L'Antiga Esquerra de l'Eixample, también conocido como el Gaixample, donde conviven con naturalidad gente del barrio de toda la vida y un numeroso grupo de gais y lesbianas [...] Tranquila durante el día, invita a pasear por las tiendas de moda, los restaurantes, cafés y bares, y durante la noche es otro tema, hay muchos clubes, discotecas gais (exclusivas o mixtas) para disfrutar de la vida nocturna de la ciudad. En este mismo barrio también hay alojamiento destinado únicamente al público gay, como el Hotel Axel (Meet Barcelona, 2014).

La página web ilustra cómo Barcelona se ha posicionado como destino turístico marcado por la “pluralidad” y la “tolerancia”, lo cual resulta atractivo para “gays y lesbianas”. También ilustra cómo esos valores se articulan discursivamente en las referencias de información turística con un mercado segmentado de ocio que incluye tiendas de moda, restaurantes, cafeterías, bares, clubes, discotecas e incluso un hotel destinado al público gay. Son aspectos que a escala transnacional se asocian claramente con un estilo y unas prácticas de consumo relacionados con la homosexualidad y que forman parte del atractivo de ciertos destinos turísticos.

Jon Binnie subraya la necesidad de considerar la fuerte atracción que siente la gente por los “símbolos y prácticas de consumo *queer* global” que proliferan en los medios de comunicación, siempre en relación con los “símbolos y prácticas” de ciudades como Los Ángeles, París, Miami, Nueva York y Londres (Binnie, 2004: 88). Habría que agregar también a la ciudad de Barcelona en la lista de ciudades que actúan como puntos de atracción de una red de circulación de bienes, personas, dinero e ideas asociadas con la homosexualidad, y que se constituyen como lugares imaginarios (Appadurai, 2001) a través de las relaciones y líneas de comunicación con otros puntos similares en la conformación de flujos globales.

Está claro que ciudades como Barcelona, Londres, Nueva York, París y San Francisco son polos de atracción de turistas e inmigrantes, independientemente de su sexo y sexualidad. Barcelona es un destino especialmente atractivo para los brasileños en general. El hecho de que los motivos de viaje a la ciudad sean variados y obvios no impide intentar de comprender cómo un mismo paisaje puede tener distintos sentidos de lugar. Esto es, Barcelona es un “lugar imaginado” en el que confluyen las aspiraciones de una gran diversidad de personas que viajan a ella por los más diversos motivos, lo cual no quiere decir que no pueda ser imaginada de manera particular. Así pues, la ciudad se afirma también a partir del modo como se sitúa en la escena gay internacional.

Al esbozar el papel central que desempeña Barcelona en un circuito mundial de consumo generado a partir de la intersección entre la homosexualidad y un estilo de vida particular, no se trata

de reproducir una jerarquía de tipo centro-periferia. Por el contrario, la producción de este lugar imaginado depende fundamentalmente de las relaciones que se establecen con otros lugares, lo cual da idea de la importancia de trazar esas conexiones y las geometrías de poder que las acompañan.

Las relaciones entre São Paulo y Barcelona en este contexto son fácilmente identificables. Hay una especie de intercambio, por ejemplo, entre el grupo empresarial de fiestas para la comunidad gay más importante de la ciudad de Barcelona, llamado *Matinée Group*, con el Grupo *The Week International*, administrador del club *The Week*, y otros negocios orientados al entretenimiento gay de clase media. Entre esos negocios están los clubes *Métropole* y *The Week* en São Paulo, *The Week RJ* en Río de Janeiro, *Te Week Floripa*, discoteca estacional en Florianópolis, y una agencia de *DJs* vinculados al grupo. Se trata de una perspectiva de mercado que apuesta a introducir innovaciones muy definidas en los patrones de sociabilidad y en la gestión de establecimientos de ocio nocturnos de São Paulo mediante la adopción de un modelo internacional para el mercado de ocio nocturno para hombres gay, y la presentación regular de *DJs* de un circuito internacional (França, 2012).

En los medios de comunicación brasileños dirigidos al público gay, es común que a Barcelona se la describa en un tono idílico con una imagen de cuerpos perfectos y fiesta permanente. Tratándose de iniciativas que en Brasil a menudo se sustentan de manera bastante improvisada, buena parte de los contenidos está escrita desde la perspectiva de los turistas que frecuentan la ciudad. Un texto intitulado “*Barceloca*”, aparecido en una revista dirigida al público gay en 2009, ilustra cómo a la ciudad se le atribuyen todo tipo de sentidos:

Piense en la indisputable capital del fervor veraniego: esa ciudad hacia la que todo el mundo vuela cuando necesita un buen fin de semana de sol, fiesta y flirteo. Donde la gente está más relajada, sonríe más, anda de pantalones cortos y sandalias, y rompe con todos los protocolos. Donde hombres de cuerpo musculoso y bronceado deambulan de aquí para allá, coquetean de manera lasciva y se ponen a charlar sin más. Donde flota en el aire una irresistible sensación de vacaciones, que es parte del espíritu local. Capital de la provincia de Cataluña, Barcelona es desinhibida y sin concesiones. Y gay hasta la médula, especialmente en el verano, cuando se vive un frenesí típico del Carnaval carioca, con muchas fiestas y eventos sucediendo al mismo tiempo. Entre el 1 y el 9 de agosto de 2009, la ciudad se estremecerá durante la tercera edición del Circuit Festival que se espera atraiga a más de 30,000 personas de diferentes nacionalidades y con la participación del club brasileño The Week (Magalhães, 2009).

La descripción de la ciudad como “gay hasta la médula” articula elementos relacionados con la fiesta, la informalidad, el flirteo y la presencia de hombres deseables y disponibles, “musculosos y bronceados”, en el contexto del festival *Circuit* cuya edición 2012 con la participación de Brasil fue presenciada por la autora de este artículo. La investigación se apoyó en una metodología cualitativa, consistente en la observación etnográfica en la ciudad de Barcelona (de junio a septiembre de 2012 y enero de 2013) y la aplicación de entrevistas informales y en profundidad con inmigrantes y turistas

brasileños en Barcelona y con participantes en el festival Circuit en São Paulo. La investigación en São Paulo se valió de la observación etnográfica y las entrevistas en profundidad con hombres que se identifican a sí mismos como gay y que se involucran en tránsitos nacionales y transnacionales. Los resultados aquí presentados son parte de una investigación más grande acerca de los tránsitos y territorialidades a distintas escalas de hombres gay entre la ciudad de São Paulo y el sureste de Brasil y ciudades del norte y noreste del país; y desde ciudades de Brasil a la ciudad de Barcelona. El objetivo general de dicha investigación es comprender los atractivos que esos lugares tienen para los entrevistados y cómo se negocian diferentes posiciones de sujeto en dichos contextos de desplazamiento. La perspectiva sobre la múltiple circulación de afectos, sexo, dinero, ideas y bienes en esos tránsitos, desarrollada en las investigaciones de Adriana Piscitelli (2013) han guiado la mirada en el campo.

En Barcelona la investigación se organizó de manera que permitiera tener acceso al máximo evento del mercado segmentado de la ciudad, cuyo nombre nada tiene de casual. A lo largo del año, antes del festival, en lugares tan diversos como Beirut, Sidney, Tel Aviv y Ámsterdam, se celebran fiestas *pre-Circuit* en las que circulan no sólo los DJs, sino también imágenes, patrones corporales y estilos de consumo capaces de movilizar los gustos y deseos de los hombres gay; así como también sus fantasías acerca de otros lugares. Es en el verano cuando toca a Barcelona el conjunto de fiestas ininterrumpidas durante diez días que si bien buscan abarcar un amplio público masculino gay, se centran en hombres musculosos y aptos para compartir cierto estilo de consumo. En un dossier producido por el grupo organizador se define el perfil del público como: *“El perfil medio del asistente masculino a Circuit Festival es el de un hombre gay, de entre 20 y 45 años, de clase media-alta o alta, con estudios superiores, profesional cualificado y con un elevado poder adquisitivo”* (Matinée Group, 2013a: 16).

Los festivales son masivos e involucran a miles de personas en distintos lugares, dependiendo del día y la hora. Cada día hay al menos una actividad diurna y otra nocturna: fiestas de música electrónica, discotecas con vista a la playa o en los parques acuáticos y clubes nocturnos. La responsabilidad de la organización de las fiestas recae en el grupo Matinée Barcelona, que invita a otros grupos de fiestas y a los DJs que participan en el circuito internacional para armar el programa del festival. Estuvieron presentes las fiestas con la etiqueta del grupo Matinée, la del grupo Rapido de Amsterdam, la We de Madrid, la de The Week representando a Brasil, la Forever Tel Aviv de Tel Aviv y la Beyond de Londres. El público en general se compone de hombres musculosos en su mayoría blancos de entre 25 y 35 años de edad. El entorno y las interacciones son similares a los descriptos en la etnografía realizada en el club nocturno The Week en São Paulo (França, 2012).

El clima de hedonismo y afluencia de los turistas hace posible una especie de suspensión de la realidad apuntalada por el bombardeo de sensaciones provenientes de la música, el agua, el sol, los psicoactivos, el paisaje y las interacciones corporales (el baile, la exposición cercana a tantos cuerpos semidesnudos o las relaciones eróticas), que es lo que esperan experimentar quienes adquieren el

acceso al festival. Cabe recordar que se trata de un acontecimiento que condensa en un tiempo-espacio muy intenso elementos que conforman la vida cotidiana de una escena global asociada con el consumo y la homosexualidad.

Binnie & Skeggs (2004) muestran cómo el uso del término “cosmopolitismo” ha constituido una estrategia discursiva de inserción en los circuitos de consumo para revalorizar determinadas zonas urbanas y cómo la adopción de un cierto estilo de vida gay celebrado por su conexión con patrones de alto consumo, y en sintonía con las modas y modos internacionales, ha formado parte de esa estrategia. No sería exagerado decir que la ciudad de Barcelona se produce a sí misma de esta manera, en un escenario de competencia entre ciudades que se promueven como destinos turísticos.

Este festival explota de diversas maneras el recurso del turismo y el “cosmopolitismo”, comenzando por el notable número de extranjeros que recibe; hecho que en sí mismo constituye uno de sus atractivos. Según los datos del comité organizador oficial el festival reunió a 70 mil personas en 2012, 70 por ciento de las cuales eran de nacionalidad extranjera. De éstas, 43.68 por ciento procedían de países europeos (franceses, ingleses, italianos, alemanes, suecos, holandeses y belgas, en ese orden) y 33.14 por ciento de otras partes del mundo, entre las cuales Brasil está a la cabeza con 4 mil participantes que representan 6.13 por ciento del total de nacionalidades no europeas. Le siguen Estados Unidos (con un número muy similar de participantes- 18%), Australia (13·%), Israel, Rusia y Canadá (9%) y otros países.

La fuerte presencia de brasileños se explica porque a la gran cantidad de turistas que viajan expresamente desde Brasil se suman los brasileños residentes en Europa. Al realizar la investigación se tomó contacto con algunos brasileños, entre los que se encontraban tres jóvenes que viajaban solos y habían comprado un paquete a una agencia de viajes orientada al público lésbico-gay-bisexual y transgénero (LGBT) que incluía el hotel, los pasajes aéreos y el brazalete que les daba derecho a entrar al festival por un valor de 300 euros. Otros venían por segunda vez al magno acontecimiento. Todos viajaban especialmente para asistir al festival gay, eran profesionales de alrededor de 35 años de edad y residían en São Paulo.

Lino, profesional de la salud de alrededor de 30 años de edad con domicilio en São Paulo y citado en este informe, estuvo en la misma edición del festival Circuit en la que se realizó la investigación. En una entrevista, se le pidió que describiera un poco cómo organizaba sus viajes, cuáles eran sus actividades y motivaciones favoritas y cómo evaluaba sus experiencias. A continuación se expone su testimonio.

Las fiestas son muy parecidas. Ya casi nos vamos porque esta semana es el desfile gay en Nueva York y queremos ir. También dentro de Brasil viajé a Florianópolis porque es un carnaval específicamente gay. Viajé a Buenos Aires también para asistir a una fiesta. Siempre estoy presente en las fiestas de música electrónica. A Grecia vamos porque tiene este festival en el que queremos

participar; después vamos a Berlín, que tiene unos clubes que quiero conocer, y luego nos vamos a Londres y ya me estoy poniendo en contacto con un amigo para ver qué fiestas hay. Antes estos viajes eran así, muy enfocados sólo en este punto: las fiestas y quedarse con alguien. Hoy día las fiestas son una parte principal, pero no todo. Yo no soy del tipo de los que van a museos; no tengo ese interés, voy por ir, pero antes ni siquiera eso. Recuerdo una vez que estuve 40 días en Europa, y todo fue fiesta, una tras otra (entrevista con Lino, São Paulo, marzo de 2013).

La experiencia de Lino en el Circuit Festival pone de manifiesto algunas cuestiones medulares: el encuentro con gente de Brasil que lo reconoce en ese espacio; el hacer contacto incluso sexual con hombres de distintos países; y la previsibilidad de lo que se espera encontrar en términos de público y experiencia de diversión en una escena que de hecho se organiza a partir de los mismos elementos en todo el mundo.

El año pasado en el Circuit conocí a varias personas que me dijeron usted estaba allí. Los festivales te dan la oportunidad de conocer gente que participa en el mismo universo que tú. Fui a pocas fiestas porque quería dar un paseo y hablar: he estado en Barcelona, conozco la ciudad, y me sé orientar... No quería regresarme pensando ya fui y sólo estuve en las fiestas, no conocí nada de Barcelona. De hecho, la idea original era ir a Ibiza. Hice Madrid, Ibiza y Barcelona. Iban algunos amigos míos y con dos de ellos fui al Circuit. Como la ciudad estaba llena de gays, acabé encontrando amigos en la Plaza Catalunya. También conocí a un abogado de Sicilia, a un chico de Croacia, pero más leve, y platiqué con un montón de gente. Pero todo es demasiado fugaz, no es tan intenso, también porque todo el mundo está bien loco, ¿no? Pero es curioso que todos estos festivales son exactamente los mismos en todo el mundo (entrevista con Lino, São Paulo, marzo de 2013).

La inserción de los turistas brasileños en esta escena global también se asocia comúnmente con el acceso a las marcas de diseñador y con una pauta de consumo que valora la distinción por la posibilidad de adquirir ciertos bienes que inmediatamente evidencian el hecho de que la persona puede viajar, que domina no sólo los gustos y los códigos de un universo dado, sino que tiene acceso a la movilidad implicada en la adherencia a un estilo de vida asociado a un universo gay internacional y poco accesible. Lino comentó acerca del interés en el consumo que también orienta sus viajes.

Ahora en Brasil comienza a haber tiendas de Prada, de Dolce Gabbana y Burberry, cosa que antes no había. Ya no es necesario buscar en otra parte. Disfruto mucho el aspecto del consumo. Somos como cualquier turista, pero si no encuentras a todos los gays en las fiestas, seguro están en las tiendas; tiendas de marca. Vas a buscar en una tienda de Marc Jacobs, Tom Ford. Hay sólo cuatro tiendas de Tom Ford en el mundo. Yo fui a la de Berlín. Y listo. Tom Ford diseña para Dior, no es su nombre, pero él tiene una marca que es sólo suya. Galliano diseñaba para Chanel, pero no tiene su marca, aunque en París tiene una tienda y la gente va allá. Hay una calle de París, la Saint Honoré, que es como la Oscar Freire de São Paulo, donde están los más famosos. Es chic tomarse la

foto ahí. Tengo varios amigos homosexuales que fueron a París y se retrataron junto al letrero de la calle. Porque hay cosas que no se pueden comprar en Brasil, incluyendo algunas marcas, y es una manera de distinguirse. Mira, él está usando una camisa Dsquared que en Brasil no se consigue (entrevista con Lino, São Paulo, marzo de 2013).

Por más exagerada que pueda parecer la afirmación de Lino de que si no encuentras a los gay en las fiestas, los encontrarás en las tiendas (algo que probablemente sea cierto), difícilmente podría subestimarse la importancia que en ese tipo de itinerarios de desplazamiento tiene el consumo de bienes publicitados también a través de Internet que proporcionan distinción. La narrativa de viajes en tiempo real a través de las redes sociales, la frecuentación de lugares que evidencian la pertenencia a una escena gay global, el consumo de bienes que aunque presentes en Brasil son una clara referencia de que se ha estado en países europeos, son todos elementos que producen diferenciación y distinción en el ámbito local y que ayudan a construir lugares imaginarios y paisajes sexuales.

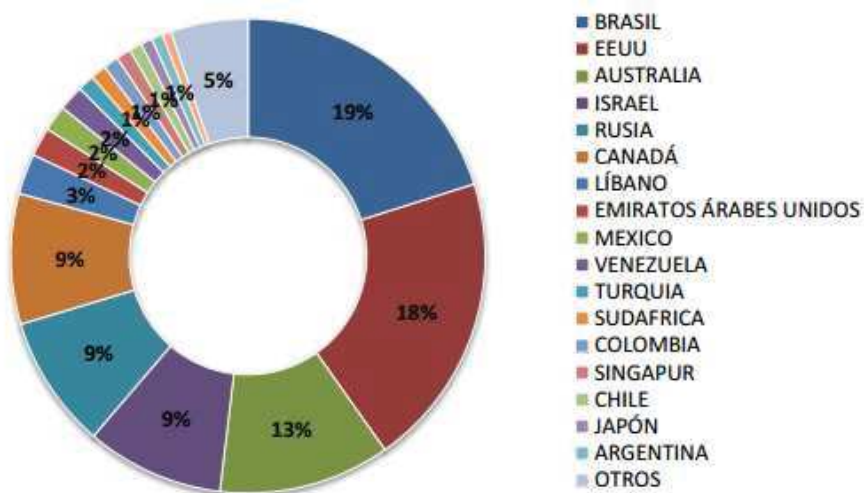
La producción de Barcelona como lugar se da, entre otras cosas, a través de la construcción de una oposición entre la libertad de un mundo cosmopolita tan “moderno” como “global” y las limitaciones de otros mundos “menos globales” y “menos modernos”. En el diario catalán *El Periódico*, además del material de prensa distribuido por la organización se podía leer: “*El Circuit Festival se creó en el 2008 con la idea de ofrecer una oferta lúdica de calidad dirigida a personas homosexuales, que tienen también así un entorno en el que relacionarse libremente, algo que en los países de origen de algunos de los asistentes es “prácticamente imposible”* (El Periódico, 2013). El artículo se hacía acompañar de una imagen de la fiesta Water Park en que era posible verse una masa de personas divirtiéndose en las albercas de la fiesta con juguetes flotantes y un participante que se encontraba desnudo en el momento de la fotografía.

Por otra parte, los comunicados de prensa que anunciaban el festival de 2013 hacían hincapié en la multitud de participantes y en el ambiente de libertad que ofrecía a los hombres gay de todo el mundo, destacando su “función recreativa” y su “función social”.

Además de cumplir con la función recreativa, Circuit Festival juega un importantísimo papel social entre la comunidad gay y lésbica, ya que ofrece un entorno seguro y relajado en el que tanto ellos como ellas pueden reunirse año tras año para socializar mientras se divierten y hacen turismo. No en vano, para algunos de los asistentes al evento ser visibles como homosexuales, encontrar pareja o simplemente relacionarse libremente en sus países de origen es difícil o prácticamente imposible; por lo que esperan este festival durante todo el año para expresarse sin miedos, ampliar sus círculos o reencontrarse con conocidos de todo el mundo (Matinée Group, 2013a).

El certamen ha pasado de contar con turistas venidos principalmente de Europa a tener un alcance mundial, gracias a un número creciente de público venido de Brasil, Estados Unidos, Egipto, Líbano, Rusia, Australia e incluso Tailandia o China (Matinée Group, 2013b) (Figura 1).

Figura 1: Proporción de brasileños entre los participantes de procedencia no europea



Fuente: Matinée Group (2013a)

En la imagen publicitaria del festival emitida por estos comunicados de prensa, la libertad imperante en un mundo cosmopolita donde la gente “puede expresarse sin miedos” se contrasta con la restricción atribuida a aquellos contextos en los que los homosexuales no pueden “encontrar pareja o simplemente relacionarse libremente en sus países de origen”. Esta imagen está en línea con el discurso de cosmopolitismo, libertad y modernidad que acompaña a la producción de Barcelona y su ambiente gay, lo cual ayuda a explicar la gran afluencia de turistas provenientes del extranjero (los brasileños y los de países árabes reciben especial atención en los comunicados de prensa y la fecha del festival 2013 fue alterada para evitar su coincidencia con el Ramadán y asegurar la presencia de turistas gay musulmanes). En este sentido, la producción del “otro” no es sólo espacial sino también temporal como destaca Doreen Massey (2012); y se reeditan en un contexto particular de mercado, antiguas convenciones que asocian espacios y lugares (o países) con la adhesión a determinados sistemas de valores tradicionales y modernos.

Como evidencian los testimonios de los entrevistados brasileños el acceso al ambiente de ocio y de consumo que proporciona el festival Circuit es uno de los referentes de Barcelona como ciudad de “libertad” en relación con la homosexualidad. La misma idea algo vaga y polisémica de libertad definida por el ejercicio de un estilo de vida y por la expresión de la sexualidad en el marco del mercado de consumo y de ambientes relacionados con el público gay había sido ya invocada por Igor, otro de los interlocutores que se reunió en São Paulo con la investigadora antes de su viaje para presentarle un mapa de Barcelona y mostrarle posibles itinerarios por el universo gay de la ciudad,

advirtiéndole que probablemente llegaría a añorar el clima de “libertad” de Barcelona especialmente en lo que se refiere a la homosexualidad.

Esto también se escuchó en otras oportunidades. Lucas, empleado de una tienda de trusas y tangas para gays en el barrio del Eixample, carioca, blanco, con un impecable bronceado, musculoso y de unos 30 años de edad, dijo:

Aquí hay mucha libertad, el 70 por ciento de las personas son liberales y se puede caminar de la mano por la calle sin problema, como le dije a mi hermana que nunca ha venido. Vas a ver tanto hombre gay en esa calle [centro gay del Eixample]; especialmente en el momento del Circuit, todos de short bien corto y camiseta totalmente escotada. Hace unos meses fui a Río y me fui caminando con alguien cerca de la playa, los dos de shorcito así [señala con dos dedos por debajo de la ingle] y de regata sin mangas, y nos dimos cuenta de que todo el mundo nos miraba feo o espantado. Me volví hacia él y le dije: “marica, todo el mundo nos está mirando”. Ahí se ve la diferencia entre Brasil y España (entrevista informal con Lucas, Barcelona, Junio de 2012).

Por más frecuentemente invocada que sea, esa “libertad” como experiencia distintiva de la estancia o la residencia en la ciudad no deja de ser modulada por los distintos regímenes de movilidad al que están sujetos los jóvenes brasileños que transitan por ese universo compuesto lo mismo de inmigrantes indocumentados que de turistas, con distintas posiciones subjetivas. Si bien los interlocutores son capaces de articular versiones propias de “libertad” asociadas con la ciudad de Barcelona, como en el discurso de Lucas, se trata siempre de una “libertad” vivida y negociada desde diferentes posiciones y constricciones sociales.

El Circuit Festival puede entenderse como un momento de hedonismo y de celebración de un determinado estilo de vida o como la expresión en el mundo gay internacional de los momentos de agitación que se dan cita en Europa durante el verano. No obstante, son evidentes las diferencias que existen entre quienes asisten como turistas y quienes trabajan para mantener funcionando los engranajes del universo del mercado gay. Pablo es un venezolano de 50 años, ingeniero, residente en Barcelona hace casi diez años. Se tomó contacto con él en la terraza del hotel “*hetero-friendly*” ‘Axel’ en el Eixample, mientras conversaba con un *marine* estadounidense que después de servir en Afganistán se había tomado unos días de descanso en Barcelona.

Además de lo inusitado de este encuentro entre un ingeniero venezolano y un *marine* estadounidense, fue sorprendente la reacción de profundo disgusto de Pablo cuando se le mencionó el festival: “¡no, por favor!, ya me había olvidado del Circuit, ¡ay, no!”. Si para la gran mayoría de turistas éste es un gran evento, para Pablo significa trabajo duro en condiciones aún más adversas. El ingeniero trabaja como camarero en el mostrador de uno de los principales saunas gay de Barcelona. Pese a su formación profesional no tiene la intención de buscar otro trabajo e incluso se siente feliz de haber sido promovido del área de limpieza al mostrador. El venezolano se queja de que

durante el festival el sauna se llena de hombres que parecen estar bastante alterados por el uso de drogas psicoactivas. En ocasiones hay peleas y los empleados tienen que intervenir y no es raro que haya que ayudar a algún cliente que comienza a sentirse mal por los efectos del baño. El movimiento aumenta y el trabajo se vuelve insoportable, según Pablo, quien afirma haber conocido Barcelona como turista y decidido quedarse ahí por tener la libertad de vivir su homosexualidad, la cual experimentó en los ligues que hizo en la colina de Montjuic, una zona conocida como lugar de ligue.

Pablo es consciente y se queja mucho de las condiciones de inseguridad laboral en la ciudad, de su falta de desarrollo profesional, y por tener que vivir situaciones como la de pasar la Navidad solo en un hospital, llorando de dolor en una mano después de haber lavado demasiados platos en el restaurante en el que obtuvo su primer empleo. Aún así, pese a su soledad e inadaptación a un universo de consumo gay y a un entorno de contactos efímeros en el que se ve a sí mismo como poco deseable (Pablo es mayor, muy delgado, bajo y de tipo latino), el venezolano no considera regresar a Venezuela, donde considera difícil vivir siendo gay.

En un quiosco gay de la playa de Marbella Pablo contactó a la investigadora con Jonás, un minero de unos 30 años, bronceado y siempre sonriente. Es su colega en el sauna, aunque estaba de baja médica a causa de una inflamación en el tobillo (lo cual no le impedía visitar la playa a menudo). Jonás trabaja en el área de limpieza en el sauna y vive en Barcelona desde hace seis años. Odia el trabajo de limpieza del sauna, la peor área del lugar según él: *“tienes que limpiar de todo, mierda, esperma, condones, y mucha gente sólo va a colocarse [término emic que designa el uso de psicoactivos ilícitos]”*. Se reía con Pablo de los clientes que buscan ocultar el hecho de estar “colocados”, lo cual se les nota por los tics y el incesante movimiento de manos y pies. La conversación entre ambos giraba en torno a los chismes del trabajo en el sauna. El colega cubano había hablado mal de Jonás y éste alegaba que “los cubanos no trabajan en absoluto”. Además del cubano, citó también a un chino, a otro brasileño y a un colombiano. El único español que trabajó en ese espacio fue descrito como “retrasado y lento”.

Con el advenimiento de la crisis Jonás pensaba emigrar a Canadá y “juntar algún dinero” o volver a Brasil. Pese a ello hablaba todo el tiempo de la inseguridad de las grandes ciudades brasileñas y constantemente hacía cálculos sobre la equivalencia en términos de acceso al consumo entre Brasil y España. Cuando en el segundo viaje a Barcelona en enero se tomó nuevamente contacto con Jonás en el bar del Colectivo Gay de Barcelona, comenzó a hacer una serie de preguntas al respecto:

¿Cuánto cuesta una taza de café en Brasil? Aquí es de 1.50 euros. ¿Y salir de noche? Unos 20 euros... para entrar en un lugar. ¿Y comer en un buen restaurante? Aquí puedo cenar fuera y pago de 10 a 12 euros por un menú. ¿En Brasil cuanto costaría? ¿por lo menos 70 reales? ¿Y para salir a tomar algo, cuánto se necesita? Aquí puedo salir, entrar a los lugares, beber y volver. Esta chaqueta [muestra una chaqueta con cuero que parece ser de la marca Costume de Barcelona] ¿sabes qué marca es? Mirá. En Brasil no podría tener una chaqueta de éstas nunca. Unos jeans como los que

me compro, unos tenis. En Brasil no alcanza. Aquí compro un arroz en 0.9 euros, una buena marca de fideos por 2 euros, en Brasil todo es más caro (notas de campo, Barcelona, enero de 2013).

Al tiempo que invocaban el costo de la vida en los ambientes gay y del acceso al entretenimiento y a la ropa de diseño, estas cuentas tan detalladas dejaban también entrever las oportunidades de consumo y acceso que obtenía Jonas con sólo acercarse a la gente con un poco de malicia, simpatía y una aparente ingenuidad (y posiblemente sacar provecho de su apariencia, ya que se trata de un chico buen mozo).

En España y en Brasil Jonas se aprovechaba de la situación de desplazamiento y las posibilidades de explotar la diferencia en términos de nacionalidad a fin de obtener acceso a bienes, servicios y ambientes que de otro modo no podría disfrutar. Todo eso también podría estar relacionado con intercambios sexuales, o con el simple coqueteo. Al preguntarle por qué vivía en Barcelona explicó:

Porque en Brasil sólo soy uno más. Aquí no; soy brasileño, y la gente me quiere hablar; les llamo la atención porque los brasileños tienen éxito. Y ahora, cuando voy a Brasil tengo un acento diferente, y entonces me preguntan y digo que soy español, y entonces ya se interesan porque no tienen modo de saber, ¿verdad? Digo que soy español y hablo portugués. A veces digo que soy mitad español, mitad italiano; ya es un éxito doble, ¿no? Así que imagínate... Fui a São Paulo hace unos meses a visitar a mi hermana, y me encontré con un chico en la Paulista que me llevó a cenar, luego a su casa, me lo pasé muy bien allí, en Higienópolis (entrevista informal, junio de 2012).

Jonas actuaba desde su posición de sujeto, la cual aprendió a manejar muy bien a través de su experiencia de desplazamiento y movilidad. En cierto modo, aunque oficialmente no se desempeñaba como *chapero* (sexoservidor), su experiencia no es muy distinta de la del papel que desempeñan otros brasileños en Barcelona que trabajaban como *chaperos* y frecuentaban para trabajar o por placer los ambientes gay de la ciudad.

Juninho es uno de ellos. Entre los medios que tenía a su alcance para ganar algo de dinero se incluían las relaciones sexuales con otros hombres, especialmente turistas. Juninho había emigrado de Feira de Santana a Barcelona a los 17 años siguiendo a su madre que se había casado con un español. Juninho estaba también juntado con un español con quien pretendía casarse pronto. Su aspiración en ese momento era conseguir un trabajo en el MacDonald's, en la creencia de que trabajar de manera legal le daría la oportunidad de "mejorar" y entrar en el mundo del trabajo formal en España.

Estoy trabajando ahora de marinete, empleada doméstica; limpio un apartamento, baño al perro y lo cepillo. Trabajé en una fábrica como mesero y ayudante de cocina y también vendo dulces y botanas al personal de las tiendas cercanas. Sé de carpintería y busqué trabajo de eso, pero no

conseguí. España está jodida le debe hasta a Brasil. Brasil le prestó dinero a España, 4 millones. ¡Imagínate a Brasil prestándole dinero a España! Mi marido trabajó como travesti e hizo buen dinero, pero de eso hace ya algunos años. He estado con otros chicos además de mi marido, pero por dinero. Me pagan de 200 a 300 euros. Hay uno que veo en el metro [una disco gay importante de Barcelona] que cada vez me paga 200 euros. Ahora sólo tengo un cliente. En Sitges [pueblo costero cerca de Barcelona conocido por su mercado gay] tenía muchos; ya conozco todos los hoteles de lujo que hay allá. La gente piensa que por estar aquí te haces rico. Pero en realidad es una lucha para pagar el alquiler; hay mucha necesidad, y hacemos todo lo posible para ganar algo de dinero. Dicen que lo que se hace aquí se paga en otra vida. Aquí en España, no. Aquí se hace y aquí se paga en el acto. Hay un montón de gente interesada aquí en España, por eso no tengo muchos amigos brasileños aquí, pero también sé que cada uno busca la oportunidad de conseguir sus cosas. Entonces, por necesidad uno va comenzando a pensar en ello. Cuando llegué aquí, en España estaba el auge de la prostitución y se hacía un montón de dinero. Vine aquí para ser puto. Tenía cada buen cliente... pasé la noche con dos franceses: Moët et Chandon, fresas con chocolate, hotel de 5 estrellas; pasé noches tan buenas que no lo creerías (entrevista con Juninho, agosto de 2012).

Además de la variedad de trabajos ya mencionados en que Juninho se involucra para su manutención, lo habían contratado temporalmente para cuidar ancianos en una casa de reposo en sustitución de otro empleado. Por más que en estos casos pueda encontrarse cierta especialización, en comparación con muchos otros chicos que apenas pueden darse el lujo de hacer planes, las historias de Juninho y Jonas ejemplifican las posibilidades que tienen los jóvenes inmigrantes gay brasileños, el ejercicio de muy distintas ocupaciones y el papel que el sexo a cambio de dinero y otras ventajas puede tener en sus vidas. Estos jóvenes combinan distintas actividades remuneradas durante breves periodos de tiempo, dada la necesidad de inventarse maneras de conseguir algún dinero, lo cual le imprime a su vida cotidiana un carácter muy inestable y exige de ellos gran habilidad para crear y aprovechar las oportunidades que ofrecen las circunstancias. Para los inmigrantes homosexuales hacer planes era algo que habían considerado en algún momento, ya sea porque descubrieron la posibilidad de obtener ganancias, porque fueron abordados por otros hombres en lugares de reunión pensando que eran *chaperos* en cuanto los identificaban como brasileños, o porque esto se presentó como último recurso en un momento de dificultad.

Este ensayo se concluye abordando la trayectoria de Vinícius, uno de los principales interlocutores en Barcelona, con quien se tomó contacto durante los dos viajes a la ciudad y en Río de Janeiro, donde Vinícius había pasado la primera mitad de 2014 para volver a Barcelona enseguida. Su trayectoria ilustra algunos de los aspectos considerados interesantes por el equilibrio que guardan entre la posición de micro empresario novato con aspiraciones a entrar en el mercado dirigido a hombres gay y la posición de trabajador precario en entornos de ocio para este público; además de colindar con la oferta de servicios sexuales. Ilustra, en cierto modo, la inestabilidad presenciada en la investigación de campo al tomar contacto con los jóvenes que trataban de ganarse la vida en Barcelona de distintas maneras. Al mismo tiempo, también ilustra cómo el circuito de

consumo puede jugar un papel central en algunas trayectorias y motivar deseos e inversión de distintos órdenes.

Vinícius es carioca, blanco y tiene alrededor de 40 años de edad. Buscaba sacar provecho de su propia marca de ropa interior y trajes de baño en España. Con sus ahorros y algunos préstamos familiares logró juntar un dinero y después diseñar las prendas. Había enviado una solicitud a una fábrica china para producirlas a un valor que permitiera una buena ganancia en la venta. La marca hacía referencia a Brasil tanto en el logo como en el nombre, así como en el diseño de las prendas. Cuando cuenta acerca de cómo pensó en la marca dice que le gustaría ser un Calvin Klein o un Abercrombie, pero que tiene que centrarse en sus posibilidades como una cámara cuando hace zoom tiene que centrarse en su público, que define como “la *gayzada*”. Para atraer a este público, Vinícius dice que trata de transmitir en el logo, en las prendas y en la publicidad, algo sexy y al mismo tiempo atlético; un contenido sensual para los hombres.

Hago una cosa sexy, provocativa, con la sensualidad de Rio; soy una persona que exuda, que comunica eso en todo lo que hace. La tanga es la tradicional de Rio, tanto que estoy poniendo una tanga sensacional en el sitio, de corte cuadrado, con el nombre de 'Rio Style'. Hay que enfocarse bien (entrevista con Vinícius, agosto de 2012).

Vinícius mismo modelaba sus prendas en los volantes que producía y distribuía en la playa con la dirección de Internet para comprar y con escenas sensuales en las que aparecía casi desnudo, representando personajes como el jugador de fútbol, el intelectual y el soldado.

Su patrón de referencia fue la marca ES registrada en el mercado español y en Brasil como una de las principales marcas de ropa interior para hombres gay. Aunque la intención de Vinícius era entrar en un mercado competitivo dirigido a hombres gay en uno de los principales centros de consumo, el negocio resultó difícil de apalancar. Su estructura era individual. Dibujaba, producía, publicitaba y vendía las prendas, compitiendo con un mercado en el que estas funciones están distribuidas. Por otra parte, su muy limitado capital no le alcanzaba para pagar las cuentas. Por eso es que trabajaba precariamente como mesero en una fiesta. Al momento del contacto Vinícius estaba muy molesto porque el organizador de la fiesta había recortado un tercio de su salario sin previo aviso y había cambiado sus horarios esperando además que todos los empleados distribuyeran volantes al final de otra fiesta a las 4 de la mañana. Su jefe era un nigeriano, negro, musculoso, apuesto y bien vestido. Vinícius compartía trabajo en la barra de un bar con un joven sueco tímido y alto. Sólo hablaban inglés entre ellos, que Vinícius había aprendido bien después de vivir durante años en Nueva York, su primer destino de migración. Sin embargo, como otros brasileños, Vinícius no supo administrar los recursos que tenía a mano para sobrevivir como inmigrante en la capital catalana y, a causa de la presión y la inseguridad que le provocaba su precariedad financiera, sufrió una crisis nerviosa que le llevó al hospital. En menos de dos meses otra crisis lo llevaría de vuelta al hospital: el primer día del festival internacional de fiestas gay, el *Circuit*, Vinícius entró en una especie de

semicoma después de usar GHB en un encuentro con un extranjero. Los encuentros con hombres de distintos países, especialmente los nórdicos, le fascinan.

En São Paulo como en Barcelona es notable la presencia de sustancias psicoactivas sintéticas identificadas con el escenario de la música electrónica en general, sea direccionada a gays o a heterosexuales. Entre estas sustancias está el GHB (Ácido Gama hidroxibutírico), sustancia psicoactiva depresora utilizada en forma líquida por lo que es difícil controlar la dosis. Se trata de la misma sustancia utilizada en estafas como la de “Buenas noches Cenicienta”. El uso de la expresión ‘caer’ es común en el ambiente del GHB y señala su uso exagerado que conduce a las caídas y a situaciones en las que se puede perder la conciencia. Al parecer, es posible volver en sí después de algunos minutos, pero no siempre sucede, lo que puede causar complicaciones e incluso la muerte (França, 2012: 86). Vale la pena mencionar que no sólo circulan transnacionalmente personas e información para disfrute de un determinado circuito relacionado con la homosexualidad, sino también los psicoactivos y sus usos. Este es el contexto del uso de psicoactivos hecho por Vinícius con la intención de pasar bien y disfrutar de encuentros eróticos con otros hombres y de la animación general causada por la ocurrencia del festival Circuit.

Vinícius aprovechó el festival no sólo para divertirse sino también para tratar de promover su marca, hablando con la gente y bajándose los shorts para mostrar la trusa que traía debajo, además de su cuerpo escultural. Como estrategia de promoción de la marca trató también de concertar con el ya mencionado Juninho la visita a un apartamento de prostitución que según dijo se dirigía a clientes de lujo. Su intención era ofrecer sus tangas a los *chaperos*, de común acuerdo con el gerente de planta, en una de sus muchas estrategias de divulgación que incluían la exposición del producto en situaciones eróticas.

Después de algunos meses, en una segunda visita a Barcelona en el mes de enero de 2013, el negocio de Vinícius continuaba yendo no muy bien y en lugar de trabajar como mesero en los bares había comenzado a ofrecer masajes suecos en un sitio de Internet para hombres gay. Siempre con sus propias trusas en una estrategia combinada de ventas y proyección de la marca. Dependiendo del cliente aceptaba un “adicional” para tener sexo. Para entonces había ya participado en un video erótico con Marcos, *chapero* que había conocido en una de las fiestas del Circuit, al cual pensaba llamar para invitarlo a ser modelo de trusas y tangas. Más tarde, dando masaje a uno de los gerentes de un centro turístico en la Islas Canarias a donde viajó durante el invierno Vinícius consiguió un stand para exhibir sus mercancías durante dos meses. En diciembre de 2013 regresó a Río de Janeiro donde vive su familia en un intento de sacar provecho del movimiento turístico en torno a la Copa del Mundo de 2014 en Brasil para promover sus trusas y tangas.

CONSIDERACIONES FINALES

El advenimiento del consumo de masas y el desarrollo de los medios de transporte han resultado, entre otras cosas, en la creciente importancia del turismo en el escenario económico mundial (McDowell, 1997). En el contexto brasileño la estabilidad de la moneda en las últimas décadas y el abaratamiento de los pasajes aéreos, han permitido que un número significativo de personas experimenten la posición de “turista”. Barcelona es una de las ciudades que han invertido fuertemente para consolidarse como destino turístico (Arantes, 2012), estrategia que también parece hacer eco en una parte del público gay, atraído por una narrativa publicitada en revistas, sitios web y guías especializadas, la cual ofrece un ambiente especial en el verano barcelonés. Estas narrativas se articulan a su vez en celebraciones como el Circuit Festival, mediante el reconocimiento que recibe el público LGBT en la agenda del turismo oficial y a través de los actores relacionados con el mercado del ocio, quienes se encargan de atribuir significados a la ciudad, produciéndola como un importante destino turístico gay en el escenario internacional. Entender la dimensión simbólica del consumo es importante para entender estos movimientos y los significados atribuidos a los lugares, considerando que en las ciencias sociales por mucho tiempo el análisis de las prácticas de consumo ocupó en segundo plano, en privilegio de la producción (Miller, 1995).

Es fundamental no reproducir aquí las percepciones acerca de la dinámica de operación del mercado que separan drásticamente la producción, la circulación y el consumo. Las iniciativas en el ámbito del mercado, ya sea de bienes o servicios, no crean productos o imágenes desprovistos de referencia sino a partir de contenidos que permean el tejido social, como los procesos de producción de diferencia relacionados con la homosexualidad (França, 2006; 2012). Rechazar cualquier relación mecánica en esta dirección no significa ignorar el mercado como escenario de la reinención, la cristalización y la materialización de los procesos culturales y sociales que producen también diferenciación social. Esta dinámica se ha descrito en los trabajos dedicados al estudio de las prácticas de consumo y estrategias de mercado en el ámbito de las ciencias sociales (Sahlins, 2000; Miller, 1987). Si ciertas marcas se producen y circulan en el universo de mercado orientado a los hombres gay, esto supone asociaciones y desplazamientos en el ámbito del consumo que forman parte del mismo proceso (Miller, 1995; 1987).

La investigación de campo en Barcelona exploró la participación del brasileño no sólo como turista en el mercado del ocio orientado a los hombres gay en la ciudad, sino también como trabajador que revela distintas perspectivas acerca de la producción de la ciudad como destino a partir de la articulación de la sexualidad.

La formación de circuitos o esferas de intercambio a partir de la circulación de personas, mercancías, ideas y dinero, que trascienden los límites de las ciudades y los Estados, tiende a analizarse de manera parcializada en los estudios sobre la globalización y los flujos y tránsitos transnacionales. Si dicha circulación crea en última instancia paisajes dominados por los flujos

transnacionales que se producen, dichos flujos y la creación de paisajes globales configuran no sólo el contexto de la producción de una esfera en particular (especialmente en lo concerniente al consumo) que tiende a producir códigos globales, sino también el contexto de la producción del lugar (Massey, 2008; 1995) y la producción de las diferencias a partir de referentes nacionales que circulan por el mismo escenario. Aquí se intentó explorar, desde distintas perspectivas, las articulaciones y disyunciones que abarcan la ambivalencia existente en torno a la creación de paisajes globales (Appadurai, 2001) y sus circuitos de mercado.

El uso de la etnografía permite también ver algo de las relaciones de poder que intervienen en la formación de los distintos flujos de personas, bienes e información desde la perspectiva de las diferentes posiciones que ocupan las personas involucradas en estos procesos. En la misma dirección indicada por Piscitelli, Assis & Olivar (2011) es posible afirmar que el sexo, el consumo, el trabajo, el ocio y el dinero se entrecruzan en los escenarios analizados. Los espacios y lugares, y los sentidos que se les atribuyen, son también producto de las relaciones sociales, con las diferencias y desigualdades que éstas establecen, así como de los contextos de circulación que delinean también posibilidades específicas de agencia. En este ensayo he intentado demostrar cómo en una ciudad marcada por el turismo gay participan al mismo tiempo en el juego turistas gay brasileños identificados con un estilo específico de consumo y que circulan por las rutas internacionales de un mercado orientado a hombres gay e inmigrantes brasileños y latinoamericanos que trabajan y se sirven de esos escenarios.

En Barcelona es común una expresión que dice “*no Paqui, no party*”, en referencia a los paquistaníes que se arriesgan todos los días en las playas y plazas de la ciudad para vender cerveza de manera clandestina, asegurando con ello una parte importante del disfrute de lugareños y turistas. Del mismo modo, el mercado del ocio orientado a hombres gay también se sustenta en el trabajo (sexual o de otro tipo) de los inmigrantes. En Brasil la enorme desigualdad social también se traslada a los contextos del turismo y la migración a través de fronteras nacionales, aunque sea de manera desplazada. En cualquier caso, es importante tener claro que los turistas y los inmigrantes son a la vez productores y consumidores de los mismos lugares y de la ciudad, desde sus propias posiciones subjetivas y como indica Moore (2011) con sus distintos deseos, esperanzas y aspiraciones.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Appadurai, A.** (2001) “La modernidade desbordada: dimensiones culturales de la globalización”. Flacso - Fondo de Cultura Económica de Argentina, Buenos Aires
- Arantes, O.** (2012) “Berlim e Barcelona: duas imagens estratégicas”. Annablume, São Paulo
- Assis, G.** (2004) “De Criciúma para o mundo: rearranjos familiares e de gênero nas vivências dos novos migrantes brasileiros”. Tesis de doctorado, Programa de Doctorado en Ciencias Sociales, Instituto de Filosofía y Ciencias Humanas/Unicamp, Campinas
- Binnie, J.** (2004) “The Globalization of Sexuality”. Sage, Londres

- Binnie, J. & Skeggs, B.** (2004) "Cosmopolitan knowledge and the production and consumption of sexualized space: Manchester's Gay Village". *The Sociological Review* 52(1): 39-61
- El Periódico** (2013) "El circuit festival espera reunir en Barcelona de nuevo a 70.000 personas". Disponible en <<http://www.elperiodico.com/es/noticias/barcelona/circuit-festival-espera-reunir-barcelona-nuevo-70000-personas-2409964>>. Acceso el 2 de enero de 2015
- França, I.** (2012) "Consumindo lugares, consumindo nos lugares: homossexualidade, consumo e subjetividades na cidade de São Paulo". EDUERJ/CLAM, Rio de Janeiro
- França, I.** (2006) "Cercas e pontes: movimento GLBT e mercado GLS na cidade de São Paulo". Tesis de maestría, Programa de Posgrado en Antropología Social, Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias Humanas, Universidad de São Paulo, São Paulo
- Magalhães, T.** (2009) "Barceloca: sol, praia, urbanismo..." *Revista DOM*, Sección Viajes (Julio): 25-31
- Massey, D.** (1995) "The Conceptualization of Place". En: Massey, D. & Jess, P. M. *A Place in the World?: Places, Cultures and Globalization*. Oxford University Press, Oxford, pp. 45-77
- Massey, D.** (2012) "Pelo espaço: uma nova política da espacialidade". Bertrand, Río de Janeiro
- Massey, D.** (2008) "Ciudad Mundial". Fundación Editorial El Perro y la Rana, Caracas
- Matinée Group** (2013a) "Circuit Festival - Biggest International Gay & lesbian event: Dossier 2013". (Julio), Barcelona
- Matinée Group** (2013b) "El mayor festival gay de Europa vuelve a Barcelona". (Agosto), Barcelona
- Meet Barcelona** (2014) Ayuntamiento de Barcelona. http://w110.bcn.cat/portal/site/Turisme/?vgnnextchannel=0000000743555915VgnV6CONT000000000000RCRD&lang=ca_ES. Acceso el 30 de diciembre de 2014
- McDowell, L.** (1997) "Introduction: rethinking place". En: McDowell, L. (Ed.) *Undoing place? A geographical reader*. Arnold, Londres, pp. 1-12
- Miller, D.** (1995) "Acknowledging consumption: A review of new studies." Routledge, Londres
- Miller, D.** (1987) "Material culture and mass consumption". Basil Blackwell, Oxford
- Moore, H.** (2011) "Still life: hopes, desires and satisfactions". Polity Press, Cambridge
- Piscitelli, A.; Assis, G. & Olivar, J.** (2011) "Gênero, sexo, amor e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil". Piscitelli, A.; Assis, G. & Olivar, J. (ed.) *Gênero, sexo, amor e dinheiro: mobilidades transnacionais envolvendo o Brasil*. Pagu/Núcleo de Estudos de Gênero/Unicamp, Campinas, pp. 5-30
- Piscitelli, A.** (2013) "Trânsitos: brasileiras nos mercados transnacionais do sexo". EDUERJ, Río de Janeiro
- Pruitt, D. & Lafont, S.** (1995) "For love and money: romance tourism in Jamaica". *Annals of Tourism Research* 22(2): 422-445
- Sahlins, M.** (2000) "Cultura e razão prática". Jorge Zahar, Rio de Janeiro
- Schiller, N. G. & Salazar, N.** (2013) "Regimes of mobility across the globe". *Journal of Ethnic and Migration Studies* 39(2): 183-200
- Silva, A. & Blanchette, T.** (2005) "'Nossa Senhora da Help': sexo, turismo e deslocamento transnacional em Copacabana". *Cadernos Pagu* (25): 249-280

Teixeira, F. (2008) "L'Italia dei divietti: entre o sonho de ser européia e o babado da prostituição". Cadernos Pagu 31: 275-308

Trindade, T. (2009) "Dando um banho de carinho! Os caça-gringas e as interações afetivo-sexuais em contextos de viagem turística (Pipa – RN)". Tesis de Maestría en Antropología. CFCH/UFPE, Recife

Recibido el 02 de enero de 2015

Reenviado el 09 de marzo de 2015

Aceptado el 11 de marzo de 2015

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués

Documentos Especiales

TURISMO Y TRABAJO SEXUAL MASCULINO EN CANCÚN - MÉXICO

Lucinda Arroyo*

Karina Amador**

Universidad de Quintana Roo

Cozumel, México

Resumen: Partiendo del supuesto de que existe un fuerte vínculo entre turismo y trabajo sexual masculino en el espacio litoral de Cancún, este trabajo muestra la interacción existente entre el turismo y los espacios públicos y privados destinados a la oferta de servicios sexuales de hombres para hombres. El trabajo de campo, realizado en 2008 y 2014, permitió clasificar los distintos espacios de socialización homoerótica, gay-friendly y de prostitución masculina en Cancún; y conocer el perfil de los sexoservidores, la forma en la que ofertan sus servicios y establecen el contacto con sus clientes, el tipo de vínculo que establecen con los turistas y las tarifas que cobran, además de aspectos de salud, autoestima, movilidad y autodefinición.

PALABRAS CLAVE: trabajo sexual masculino, espacio litoral, Cancún.

Abstract: *Tourism and Male Sex Work in the Cancun Riviera, Mexico.* Assuming that there is a strong link between tourism and male prostitution in the coastal area of Cancun, this paper sets out to examine the role of tourism in the proliferation of public and private spaces where men offer their sexual services to other men. The data obtained from fieldwork conducted in 2008 and 2014 provided for the classification of gay-friendly homo-erotic and male prostitution spaces in Cancun, as well as a profile of sex workers, including their advertising and contact strategies, the services offered, the nature of the liaison established with tourists and the rates charged. Additionally, health, self-esteem and mobility issues are also addressed.

KEY WORDS: male sex work, coastal area, Cancun.

* Doctora en Geografía por la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. Es Profesora Investigadora en el Departamento de Estudios Sociales y Empresariales de la División de Desarrollo Sustentable de la Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México. E-mail: larroyo@uqroo.edu.mx

** Maestra en Educación Superior por la Universidad Autónoma de Puebla, Puebla, México. Es Profesora Investigadora en el Departamento de Estudios Sociales y Empresariales de la División de Desarrollo Sustentable de la Universidad de Quintana Roo, Cozumel, México. E-mail: kariamador@uqroo.edu.mx

INTRODUCCIÓN

El presente estudio tiene como objeto la relación entre el incremento del turismo y la proliferación de espacios públicos y privados destinados a la oferta de servicios sexuales de hombres para hombres en el espacio litoral de Cancún. Se parte del supuesto de que el incremento del sexoservicio masculino está estrechamente ligado al incremento del turismo nacional e internacional, lo cual ha resultado en la proliferación de espacios destinados a captar turistas varones, y que este fenómeno no se acompaña de políticas de protección a la salud tanto del oferente como del demandante. En las páginas siguientes se presenta un esquema de distribución de los distintos tipos de espacios de socialización homoerótica, gay-friendly y de trabajo sexual masculino en Cancún destinados a turistas nacionales y extranjeros.

El turismo sexual desde la Geografía ha sido abordado por autores como Binnie (2004), Cantú (2002) y Kaur (2002). La mayoría de los estudios que vinculan el sexo y el turismo en países subdesarrollados son los de Azola & Estes (2004), Carrillo (2005), Liguori & Aggleton (1999), O'Connell & Sánchez (1996), Vignati (2005), List (2008) y Monterrubio (2008). En el estudio del turismo sexual intervienen al menos tres elementos de análisis: sexualidad, territorio y turismo (López & Carmona, 2008). Norrild (2007) distingue entre el turismo sexual (mediado por un intercambio monetario) y otras formas de satisfacción sexual durante los viajes, como el turismo romántico practicado por parejas estables, turistas entre sí o turistas con residentes (modalidad en la cual el sexo es voluntario y deseado, y se adopta como una conducta terapéutica saludable), y el turismo erótico destinado a heterosexuales, homosexuales y swingers (parejas que buscan intercambio) sin que intervenga el dinero. Lo anterior obliga a establecer una tipología de turismo y turista, teniendo en cuenta que la oferta y la demanda confluyen en un consumo directamente relacionado con la satisfacción del sexo en sus múltiples facetas, como el trabajo sexual de varones y mujeres, independientemente de su identidad sexual (Martínez, 2006; Vignati, 2005).

Minimizado en un principio por su menor incidencia en comparación con la practicada por mujeres, el trabajo sexual masculino se ha incrementado paulatinamente en un gran número de países a partir de los años ochenta del siglo pasado, lo cual en términos espaciales se manifiesta en una gran proliferación de saunas, otros establecimientos similares y diversas formas de este ejercicio (López & Baringo, 2007; Meneses, 2007; Lastra, 1997).

TURISMO Y TRABAJO SEXUAL EN CANCÚN

La actividad turística es la principal fuente de ingresos de Cancún y motor de la economía. A su espacio litoral llegan cada año millones de viajeros de todo el mundo. Sólo en el año 2014, de enero a noviembre, Cancún había recibido más de cuatro millones de turistas que dejaron una derrama económica de más de cuatro mil millones de dólares (Sedetur, 2014).

Con varias plazas comerciales, un Centro de Convenciones y una enorme afluencia de visitantes, la zona hotelera de Cancún se ha convertido en una ciudad en sí misma, resultado de la apropiación del espacio por la denominada industria hotelera. En esta parte de la ciudad el universo gay se ha institucionalizado, y con él el llamado “turismo sexual masculino-masculino” (García & Marín, 2014; López & Carmona, 2008).

Aunque el turismo sexual es una actividad oculta a la mayoría de la población y turistas, lo cierto es que al no estar reconocida ni normada se ha expandido notablemente entre la población local y con ello tienden a proliferar espacios abiertos o cerrados donde confluyen turistas que buscan servicios sexuales. Dichos espacios pueden clasificarse en públicos (calles, plazas comerciales, parques) y privados (casas de citas, saunas, discotecas, restaurantes y hoteles). Algunos de estos lugares funcionan como puntos de encuentro y otros están destinados al intercambio sexual (Lastra, 1997).

Los varones que practican el trabajo sexual masculino no necesariamente se reconocen a sí mismos como gays u homosexuales, y un buen número de jóvenes recurren a este “trabajo extra” como forma de hacer frente a los gastos familiares. Es decir, la necesidad parece ser la principal causa del sexoservicio independiente. Por otra parte, existe el comercio sexual organizado que se vale del reclutamiento de jóvenes de entre 16 y 19 años, a los cuales les ofrecen trabajo como modelos en establecimientos que en realidad son agencias de sexoservicio (Moguel, 2014).

METODOLOGÍA

La investigación es de tipo cualitativo con un enfoque de investigación exploratoria e interpretativa. Para el estudio se seleccionaron únicamente sexoservidores varones de entre 17 y 29 años de edad, todos residentes en Cancún, que declararon atender sólo a clientes varones (específicamente turistas nacionales y extranjeros) a cambio de un pago monetario por el servicio. Los entrevistados se contactaron a través de la técnica de bola de nieve (uno lleva a otro) y mediante previa cita para servicio.

La muestra se compone de un total de 14 sexoservidores a los que se aplicó una entrevista en profundidad semiestructurada. Las entrevistas, de 45 a 120 minutos de duración, se llevaron a cabo entre el 26 de abril y 19 de julio del 2008 en diversos espacios (el lobby de un hotel, un bar, un gimnasio y el interior de un auto).

Se realizaron siete visitas a la ciudad de Cancún entre los meses de abril y noviembre de 2008 y dos recorridos en el mes de noviembre 2014, con pláticas informales con informantes clave como taxistas, guardavidas, recepcionistas, meseros y la valiosa información proporcionada por un informante clave, varón de Cancún, quien ha vivido en la ciudad por más de veinte años, conoce el entorno y se integró como parte del equipo de investigación fungiendo como contacto principal con

los sexoservidores. Los recorridos fueron apoyados por observación participante y entrevistas. Se hicieron recorridos durante el día por las diferentes zonas comerciales, avenidas, plazas, playas, así como desplazamientos por la noche para tener mayor información de estos espacios que se transforman en perfectos lugares para el “ligue” y el sexoservicio tanto de hombres como de travestis. Se levantaron datos georreferenciados de cada uno de los espacios identificados como de encuentro sexual o “friendly”, así como de los lugares turísticos y comerciales propicios para la prostitución. Todo ello permitió identificar la distribución y dimensión territorial del turismo sexual en la ciudad.

ESPACIOS DEL TURISMO SEXUAL EN CANCÚN

Los sexoservidores entrevistados dijeron ser originarios de los estados de Yucatán, Campeche, Veracruz, Chiapas, Tabasco y del Distrito Federal. Entre los motivos de su desplazamiento hacia Cancún están el trabajo de sus padres, los problemas familiares, la búsqueda de un mejor futuro, y la supuesta oportunidad laboral que ofrece la ciudad. Sin embargo, la realidad es otra, ya que los puestos más solicitados son de tipo operativo (meseros, cocineros, camaristas, etcétera). Los entrevistados declararon que al llegar encontraron trabajo en las áreas antes mencionadas y sólo cuatro de ellos dijeron desempeñarse en un puesto operacional dentro de un hotel o restaurante. El bajo salario recibido y el alto costo de la vida en la región fue un elemento decisivo para buscar otra actividad remunerativa; en este caso, el sexoservicio.

Las edades de los sexoservidores entrevistados estaban en un rango de diecisiete a veintinueve años lo cual no indica una tendencia definitiva:

Hay un compañero, por así decirlo, que tiene más de treinta y cinco años y que aún así tiene cliente. A mí me daría vergüenza prostituirme más allá de los treinta años, a esa edad más bien ya hay que buscar que te den el servicio (Mike, sexoservidor, 17 años).

Con respecto a la escolaridad, uno dijo tener grado de primaria, cuatro estudios de secundaria, cinco estudios de preparatoria inconclusa, uno de preparatoria terminada, y tres de licenciatura inconclusa. La mayoría manifestó su deseo de seguir estudiando y no dedicarse al sexoservicio por mucho tiempo, como Dami, quien durante la entrevista expresó su deseo de continuar con la licenciatura en Administración de Empresas para después estudiar una maestría, no sin antes sacarle provecho a lo que está haciendo y ahorrar, viajar y comprarse un coche.

Nueve de los entrevistados dijeron ofrecer sus servicios en la conocida “Zona hotelera de Cancún” (esto es una franja de tierra relativamente alejada del centro poblacional de Cancún), tanto en hoteles o en cercanía a los mismos, playas y spas (establecimientos disfrazados en los cuales se venden servicios sexuales); dos utilizan el periódico como medio de contacto y uno trabaja para una agencia de acompañantes (Chico Scott).

La Playa Delfines es un espacio público reconocido por la población como lugar de relajación, para tomar el sol; pero también como lugar de descanso para hombres gay. Se ubica en la zona hotelera, en el kilómetro 18, al norte de Punta Nizuc y cuenta con un mirador.

Es una playa que ganaron los gays, los días que más llegan es de lunes a jueves, cuando hay menos familias, se acarician y se besan, no les permitimos tener relaciones sexuales aquí, no creo que cobren solamente, lo hacen para satisfacerse y en su mayoría son gabachos [extranjeros blancos], el horario de preferencia es después de las dos de la tarde (Uriel Vázquez, 40 años, guardavidas, 2008).

En la visita se observó una marcada diferencia en el uso del espacio: a la derecha del mirador existen palapas de guano que son ocupadas por familias locales, nacionales o extranjeras, y del lado izquierdo no existen instalaciones de playa y la concurrencia se compone principalmente de hombres solos o en parejas.

Algunos se desnudan y se acuestan sobre sus toallas a tomar el sol, en ocasiones llegan a hacer amistades entre ellos y al final se van juntos, se pueden ver tanto turistas mexicanos como extranjeros (Pedro Moguel, arrendador de tablas de surfing y sombrillas, 2008).

Aquí es un espacio para gays solos o con parejas, de diferentes nacionalidades, y ahí se presta para encuentros o “ligues” cuya característica principal es el placer, no se maneja intercambio comercial y cualquiera que visite ese espacio va con ese entendido (Bernardo García Alejandre, 2008).

Con relación a los “spas”, en la plaza comercial “María Fer”, sobre el boulevard frente a uno de los hoteles Riu, opera un spa que ofrece sexoservicio tanto para hombres como para mujeres. A espaldas del local principal se encuentra otro habilitado con cámaras de vigilancia.

Recorro el pasillo, toco el timbre, abren la puerta, veo una pequeña recepción y me recibe una mujer en compañía de un hombre que parece ser el gerente; solicito el servicio de un hombre, me preguntan en qué hotel estoy hospedado y que número de habitación tengo. En ese momento les invento algo, me dicen que no hay hombres, que por lo general cuando alguien requiere servicio les llaman a su teléfono, pero que en ese momento no hay disponibles porque están de vacaciones, pregunto por el precio del servicio y me contestan que es de mil pesos, pero que por el momento solamente hay mujeres, escucho gemidos que provienen de algún lado y salgo de ahí (Bernardo García, 2008).

Se observa la llegada en forma frecuente de turistas que son trasladados hasta ese lugar por los conductores de taxi.

No le abren a cualquier persona; a nosotros sí porque nos identifican por el color de la camisa, además de que somos una vía para acercar a los clientes. Ahí solamente le brindan servicio a los que van acompañados por un taxista, quien toca el timbre, presenta al cliente, éste entra y se le espera el tiempo que sea necesario, cobrando el servicio tanto de la llevada, la espera, más comisión (Luis Rey, 35 años, taxista, 2008).

Otra forma de ofertar el sexoservicio en la zona hotelera es mediante las tarjetas de presentación.

Los sexoservidores suelen dejar sus tarjetas con algunos taxistas por si hay personas que soliciten un servicio; así los contactan, y ellos deben dar una comisión. Cuando es así, el cliente dice que quiere contactar a un hombre, el taxista llama para saber si está disponible alguno, el prostituto dice que lleven al cliente a un lugar "x", puede ser una plaza o la entrada de una tienda de autoservicio, al llegar el prostituto paga lo del servicio, el cliente también da su comisión, cuando se termina el encuentro el prostituto debe dar otro dinero según el servicio y el costo que haya ofrecido al cliente (Greg R., 38 años, taxista, 2008).

Con relación a los hoteles es de destacar el Me Cancún. Este hotel de categoría "resort" cinco estrellas, ubicado en la zona hotelera, no se anuncia como hotel para gente gay y el recepcionista reveló que no quieren que se le clasifique así porque ello impediría tener clientela "familiar". No obstante, la clientela gay es frecuente y el color lila de ciertos espacios como el spa, la alberca y otras áreas, denota el público para el que está orientado. Según el recepcionista *para evitar reacciones homofóbicas el personal operativo de la empresa es del género femenino o "gay"* (Sebas, recepcionista, 2008).

Fuera de la denominada Zona Hotelera, en las avenidas principales de la ciudad (como Uxmal, Cobá, Yaxchilán y Tulum), se ubican servicios turísticos como agencias de viaje, tiendas de artesanía, tiendas de ropa, restaurantes, bares, discotecas, cafeterías, plazas comerciales, espacios gay-friendly de socialización homoerótica, y espacios abiertos o encubiertos donde se comercia el sexoservicio masculino. En la avenida Tulum hasta hace un año era frecuente ver jóvenes por las noches solos o acompañados, en espera de clientes; pero tras la modificación de la avenida, la oferta de servicios sexuales se apropió de otro espacio adyacente en la avenida Yaxchilán.

En alusión a la interacción entre locales y turistas también destaca la discoteca Karamba. La clientela está compuesta en su mayoría por parejas de hombres, en un ochenta por ciento turistas y un veinte por ciento de locales que por la forma de vestir, de comportarse y por el costo tanto del *cover* que pagan como de cualquier bebida que soliciten, parecen pertenecer a una clase media alta. *Los fines de semana se presenta un show stripper cuyos ejecutantes ofrecen servicios sexuales a un costo de entre 1,500 (98 dólares) a 3,000 pesos mexicanos (196 dólares), ya que son considerados "carne fina" (Jor, sexo-servidor, 2008).*

Por su parte, los bares Picante y Once-Once destacan en la contratación de servicios sexuales. El primero es frecuentado por hombres gay, “chacales” (varones hiper-masculinizados), travestis y lesbianas de bajo nivel económico. Ofrece un show travesti y en su interior suele verse a los chacales en busca de clientes, mientras que en sus alrededores son los travestis los que operan. Con relación al segundo, más bien concebido como un club bar para hombres gay, tiene un ambiente más tranquilo y es un centro de reunión para “ligue”, para conocer amigos, platicar, escuchar música, tomar la copa y si se presenta la oportunidad conseguir pareja.

Con relación a los espacios públicos es relevante señalar el Parque las Palapas ubicado a espaldas de la discoteca Karamba; fue uno de los centros más famosos de encuentro para el “ligue” y el sexoservicio. Contaba con una infraestructura de muros y palapas que por las noches se llenaba de sexoservidores, chacales y hombres gay que se dedicaban al “ligue”, aunado a la gente que daba vueltas en coches con la intención de otorgar un desinteresado aventón (Bernardo García, 2008). No obstante, desde el rediseño del parque en años recientes hay mayor afluencia de familias, lo que ha obligado a los sexoservidores a desplazarse hacia las avenidas Tulum y Yaxchilán. Cabe mencionar que la avenida Tulum y el Parque las Palapas están conectados por pequeñas calles y callejones con negocios como cafés Internet, taquerías y hoteles.

Otro espacio público es la Plaza 2000, clave para el sexoservicio o ligue durante el día, de acuerdo con algunos entrevistados que se “iniciaron” ahí y que iban por las mañanas “a ver qué caía”. En la plaza se encuentran diversos negocios como tiendas de ropa, jugueterías, papelerías, joyerías y un área de comida. Los sexoservidores se confunden entre la clientela y pasan inadvertidos para quienes no reconocen los ademanes, el porte y la vestimenta de los jóvenes que se prostituyen. Frente a esta plaza se encuentra la Calle de las Sirenas, denominada así porque en ella se ubican estéticas atendidas por estilistas travestis, quienes atraen a sus clientes sentados afuera de sus negocios. Los taxistas identifican este espacio como de ligue o de prostitución gay.

Aunque las plazas Las Palmas, Hollywood, Las Américas y Galerías no son espacios abiertos al sexoservicio, son espacios públicos que se utilizan como punto de reunión entre los jóvenes que se prostituyen, o bien de ligue. *Entre otras referencias de sitios para este tipo de encuentros están los cibercafés Capuchino y @ Internet, donde la mayoría de los clientes se conoce o por lo menos se identifica* (Bernardo García, 2008).

En Cancún fue posible diferenciar tres grupos de sexoservidores: a) los de anuncio en el periódico, b) los de spa y c) los de la Avenida Tulum o “de la calle”. Los clientes pueden ser de todo tipo, desde turistas nacionales o extranjeros hasta personas de la misma ciudad.

Los sexoservidores que se anuncian en el periódico señalan que han tenido clientes nacionales y extranjeros. En la mayoría de los casos son más sofisticados, previamente pueden cenar en un lugar “bien”, tomar un buen vino y el lugar donde se lleva a cabo el acto no es cualquier hotel. Sus tarifas

van de quinientos (33 dólares) a tres mil pesos mexicanos (196 dólares), dependiendo del trato y de lo que el cliente solicite (cosas como la posibilidad de experimentar más de una eyaculación, por ejemplo). *Estos sexoservidores son selectivos, y en caso de que el cliente no sea de su agrado (económica o físicamente hablando), ponen alguna excusa o postergan la cita indefinidamente* (Dami, 2008).

Los sexoservidores que trabajan en espacios privados o encubiertos, como los spas y las casas de citas, tienen el compromiso de otorgar el 50 por ciento de la cuota de su servicio a su administrador. El contacto se realiza mediante terceras personas como los recepcionistas que conciertan la cita con turistas de distintas partes del mundo. El cliente llega a la casa en busca del sexoservidor para consumir el acto en otro lugar o bien, si lo prefiere, dentro de las instalaciones mediante el pago anticipado de la cuota que incluye:

Sexo de cualquier tipo, es abierto, se permiten caricias, besos y todo lo que incluye el servicio sexual, o sea penetración anal o vaginal, si se da el caso de que sea mujer, lo que quieran, exactamente de la manera que quieran...yo estoy abierto a cualquier tipo de relación sexual: el pasivo, activo, se permite de cualquier manera el tipo de caricias, besos, sexo oral, ellos tienen una hora para hacer lo que quieran, lo que sea generalmente los que vienen de hoteles son gente de dinero, de la zona hotelera, pues a veces te dan la propina de doscientos o trescientos pesos mexicanos extra (13 ó 20 dólares). Muchos me piden mi teléfono o algo, pero uno tiene que aprender a respetar y no hacerlo porque a uno no le conviene. Gio, quien es quien administra la casa, nos habla de ser leales, y es cierto, es mejor no tener problemas en la casa (Junior, sexoservidor, 27 años, 2008).

Los taxistas proporcionan información a los turistas sobre el sexoservicio y si es el caso trasladan a los clientes a espacios privados o encubiertos como casas de masajes, spas o con strippers.

En ocasiones los clientes llevan a los prostitutas al hotel en el que se encuentran hospedados y los invitan a pasar el día, o bien a cenar para platicar antes del acto (Greg R., taxista, 38 años, 2008).

Los sexoservidores que trabajan en espacios públicos como las avenidas Tulum o Xachilán, refieren que sus clientes son turistas de distintas nacionalidades que se encuentran hospedados en la zona hotelera y se desplazan en autos rentados en busca de un sexoservicio. Sus tarifas van de doscientos a quinientos pesos mexicanos. En estas citas no hay un límite de tiempo y aunque el servicio es igual, el espacio en el que se ofertan crea una mala imagen que no les permite incrementar la cuota.

CONCLUSIONES

En coincidencia con lo expuesto por Norrild (2007) acerca de que los espacios con sol, mar y arena ofrecen un ámbito liminal, en Cancún el turismo sexual es un atractivo más para los visitantes nacionales y extranjeros. La oferta de sexoservicio es diversa y lo mismo se publicita en Internet y en clasificados de periódico que a través de negocios particulares como los spa, las casas de masaje (anunciadas como tales) y los “antros” (espacios de diversión y consumo de alcohol a puertas cerradas). Los millones de turistas que visitan Cancún demandan y consumen servicios que los introducen al llamado turismo sexual masculino-masculino (García & Marín, 2014). Los resultados hacen pensar que efectivamente la posibilidad de encuentros sexuales o actividad sexual en un sitio turístico juega un papel importante en la decisión de viajar (McKercher & Bauer, 2003).

La clasificación de Lastra (1997) coincide con los espacios gay-friendly que se encontraron en Cancún. Por una parte, los espacios públicos o visibles (como la avenida Tulum y Yachilán, Plaza 2000, Playa Delfines, donde los turistas consiguen fácilmente el servicio sexual), y por otra parte los espacios privados o encubiertos como los spa, discotecas, restaurantes, hoteles gay-friendly o espacios en los que se dan encuentros de socialización y contacto con los sexoservidores, sin que esto hasta el presente año 2014 sea regulado por las autoridades municipales.

El sexoservicio en la calle es una actividad que cada día crece y en la cual se observó también la participación de menores de edad. Las principales razones para ejercer el trabajo sexual son la pobreza y la disfunción familiar, desde incomprensión hasta el maltrato físico y psicológico. No obstante, el trabajo sexual deja de ser exclusivo de los sectores de bajos recursos y existe una creciente participación en este ambiente de jóvenes de distintas clases sociales que ofrecen sus servicios de una forma más sofisticada, haciendo uso de los medios de comunicación como avisos en periódicos, páginas web, e-mail y de formas directas o independientes como las tarjetas de presentación distribuidas a través de los taxistas, quienes a cambio de una comisión realizan el contacto con el sexoservidor una vez que tienen la solicitud de un cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Azola, E. & Estes, R.** (2004) "La infancia como mercancía sexual: México, Canadá, Estados Unidos." Siglo XXI, México
- Binnie, J.** (2004) "Queer mobility and the politics of migration and tourism. The globalization of sexuality". SAGE publications, London
- Cantú, L.** (2002) "De Ambiente: Queer Tourism and the Shifting Boundaries of Mexican Male Sexualities". *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 8(1-2): 139-166
- Carrillo, H.** (2005) "La noche es joven. La sexualidad en México en la era del sida". Océano, México
- García, M. & Marín, H.** (2014) "Creación y apropiación de espacios sociales en el turismo gay: identidad, consumo y mercado en el Caribe Mexicano". *Culturales* 2(1): 71-94
- Kaur, P.** (2002) "Circuits of Queer Mobility: Tourism, Travel and Globalization". *GLQ: A Journal of Lesbian and Gay Studies* 8(1-2): 101-137
- Lastra, T.** (1997) "Las otras mujeres". En: Montecino, S.; Matus, C. & Donoso, C. Estudio de prostitución Juvenil Urbana. Centro Interdisciplinario de Estudios de Género, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile. Disponible en http://intranet.injuv.gob.cl/cedoc/Coleccion%20Prostitucion%20juvenil/Prostitucion_juvenil_INJUV_1999.pdf Consultado el 20 de julio de 2014
- List, M.** (2008) "Turismo sexual: saunas para varones en la ciudad de Puebla". *Teoría y Praxis* 5: 113-122
- Liguori, A. & Aggleton, P.** (1999) "Aspects of Male Sex Work in Mexico City". En: Aggleton, P. (Ed.) *Men Who Sell Sex: International Perspectives on Male Prostitution and HIV/AIDS*. UCL Press, London, pp. 103-126
- López, Á. & Carmona, R.** (2008) "Turismo sexual masculino-masculino en la ciudad de México". *Teoría y Praxis* 5: 99-112
- López, R. & Baringo, D.** (2007) "Ciudad y prostitución heterosexual: el punto de vista del "cliente" masculino". *Revista Documentación Social* 144: 59-74
- Martínez, V.** (2006) "Ocio y turismo en la sociedad actual. Los viajes, el tiempo libre y el entretenimiento en el mundo globalizado". Mc Graw Hill, Madrid
- McKercher, B. & Bauer, T.** (2003) "Conceptual Framework of the Nexus Between Tourism, Romance and Sex". En: Bauer, T. & McKercher, B. (coords.) *Sex and Tourism, Journeys of Romance, Love and Lust*. Haworth Press, Nueva York, pp. 3-18
- Meneses, C.** (2007) "Riesgo, vulnerabilidad y prostitución". *Revista de Documentación Social* 144: 11-36
- Moguel, R.** (2014) "Quintana Roo, entidad con más casos de VIH debido a la alta incidencia en la prostitución y promiscuidad masculina en el estado". *Novedades de Quintana Roo*. Disponible en <http://sipse.com/novedades/encabeza-quintana-roo-lista-de-vih-69157.html> Consultado el 14 de noviembre de 2014
- Monterrubio, J.** (2008) "Comunidades receptoras y percepciones: un estudio sobre turismo y sexualidad". *Teoría y Praxis* 5: 145-168

Norrild, J. (2007) "Relación entre turismo, género y sexo. El caso de Buzios, Brasil". PASOS - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural 5(3): 331-341. Disponible en: <http://www.pasosonline.org/Publicados/5307/PS050307.pdf> Consultado el 06 de noviembre 2014

O'Connell, J. & Sánchez, J. (1996) "Child Prostitution and Sex Tourism. Costa Rica". ECPAT International. Disponible en http://www.childtrafficking.com/Docs/o_connell_1996_child_prost.pdf Consultado el 15 de noviembre, 2014

Sedetur (2014) "Indicadores turísticos". Portal de la Secretaría de Turismo, Gobierno del Estado de Quintana Roo 2011-2016, <http://sedetur.qroo.gob.mx>. Consultado el 20 de febrero de 2015

Vignati, F. (2005) "El turismo sexual y sus influencias en el desarrollo turístico sostenible". Facultad de Ciencias Económicas. Centro de Documentación del Instituto de Estudios Turísticos de Tour España Disponible en: http://132.247.1.49/BibliotecaV2/Documentos/Trata/Articulos/turismo_sexual.pdf . Consultado el 19 de julio de 2014

Recibido el 01 de marzo de 2015

Reenviado el 21 de abril de 2015

Aceptado el 26 de abril de 2015

Arbitrado anónimamente

SEXO, SOL Y PLAYA**El inconsciente del imaginario turístico en Mazatlán - México**

Víctor Vladimir Sánchez Mendoza*
Universidad Autónoma de Sinaloa
Mazatlán, México
Arturo Santamaría Gómez**
Universidad Tecnológica de
Escuinapa Escuinapa, México

Resumen: Se presenta una investigación cualitativa a partir de un estudio de caso. La finalidad de este artículo es analizar la participación del inconsciente del imaginario de los turistas en la construcción del imaginario turístico del objeto de estudio que es el destino turístico de sol y playa de Mazatlán (México). Las técnicas de investigación y recolección de datos consisten en una revisión teórica de primera mano hemerográfica y entrevistas semiestructuradas a prestadores de servicios turísticos. Por último, las conclusiones muestran que el imaginario ocupa para expresarse de la subjetividad, imaginación, imágenes físicas o mentales y de lo simbólico. Asimismo, el turismo de sol y playa probablemente puede ser el imaginario turístico mejor vendido en el mundo.

PALABRAS CLAVE: sol y playa, sexo, imaginario, simbólico, imaginario turístico, Mazatlán.

Abstract: Sex, Sun and Beach and The Unconscious of the Tourist Imaginary in Mazatlán, México. A qualitative study was presented from a case study. The purpose this paper is to examine the role of the unconscious imagination of tourists in the construction of tourist imaginary object of study is the tourist destination of sun and beach in Mazatlan (México). Research techniques and data collection consist of a theoretical review and Hemerography firsthand and semi-structured interviews tourist services. Finally, the findings show that the imaginary deals to express subjectivity, imagination, physical or mental imagery and symbolism. Also, the sun and beach tourism can probably be the best tourist imaginary sold worldwide

KEY WORDS: sun and beach, sex, imaginary, symbolic, tourist imaginary, Mazatlan.

INTRODUCCIÓN

En el turismo se pueden observar o expresar elementos naturales, espaciales o culturales que construyen símbolos y establecen imaginarios. En efecto, se tiene que hablar de imaginarios turísticos en plural y no tan sólo de imaginario turístico en singular. En este artículo se habla particularmente del imaginario turístico de sol y playa. En la interpretación que aquí se elabora el turismo de sol y playa revela una estrecha sociedad con la sensualidad y la sexualidad. La promoción turística de Mazatlán en este caso de estudio no hace explícita tal relación, pero en el imaginario de

* Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán, México. Se desempeña como docente e investigador de la Escuela de Turismo de la Universidad Autónoma de Sinaloa, Mazatlán, México. E-mail: victor0113@hotmail.com

** Doctor en Ciencia Política por la Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México, México. Se desempeña como investigador de la Universidad Tecnológica de Escuinapa, Escuinapa, México. E-mail: santamar24@hotmail.com

los turistas sí aparece constantemente.

Todo lo anterior establece como objetivo general de este estudio analizar la participación del inconsciente en los turistas para la construcción del imaginario turístico en Mazatlán (México) un destino turístico de sol y playa.

El artículo se estructura en dos partes. Primeramente, presenta la discusión teórica acerca de “lo simbólico en el imaginario”, el cual se estructura a través de fantasías e imaginación, percepción y cultura. En segundo lugar se aborda la relación entre lo simbólico y lo imaginario. Posteriormente, en una escala más empírica, se desarrolla el apartado “Playa, sol y sexo en el imaginario turístico” siguiendo la sugerencia analítica de Ian Littlewood, en su obra *Sultry Climates: Travel and Sex since the grand Tour*, donde se expone una reflexión acerca de una de las causas más poderosas que motivan a los individuos a hacer turismo en los destinos de sol y playa. En un siguiente apartado, se contextualiza el análisis del inconsciente en el imaginario de los turistas en diversos periodos vacacionales que se presentan en Mazatlán. Finalmente se entregan las conclusiones sobre la participación del inconsciente en el imaginario de los turistas de sol y playa.

LO SIMBÓLICO EN EL IMAGINARIO

Una de las dimensiones que contempla el análisis del imaginario es lo simbólico. Castoriadis (1983: 219) expresa que todo símbolo es un componente del imaginario sin importar el nivel en que lo sitúen. En efecto, lo imaginario recurre a lo simbólico no sólo para expresarse, lo cual es evidente, sino para pasar de lo virtual a lo real. Desde el sueño más reconfortante hasta la pesadilla más densa e inquietante están sustanciadas con imágenes, pero estas imágenes brotan como representantes de otra dimensión y tienen como finalidad una función simbólica (Castoriadis, 1983: 219-220).

El imaginario, entonces, funciona sobre la base de representaciones que son una forma de traducir en una imagen mental una realidad material o bien una percepción de la realidad. En otras palabras, en la formación del imaginario se ubica nuestra percepción transformada en representaciones a través de la imaginación, proceso por el cual la representación sufre una transformación simbólica. Así mismo, el imaginario aporta un complemento de sentido a las representaciones, las transforma simbólicamente para ser tanto guías de análisis como de acción (Hiernaux, 2007: 20).

FANTASÍA E IMAGINACIÓN

La fantasía es una forma de inventar un estado no vivido de realidad que se construye utilizando tanta información externa como elaboraciones mentales propias. Así, el espacio turístico y la experiencia del turismo pueden ser apropiadas por cada individuo de manera diferente, conforme al tipo de fantasía que elaboran a partir de su predado y de la elaboración misma de elementos del

entorno (por ejemplo imágenes turísticas, información de terceras personas, entre otras). La fantasía suele ser consciente en el turista y por esta razón es susceptible de aceptar una ficción espacial y social, tales como las que se presentan, por ejemplo, en Las Vegas. En otras palabras, el turista no es forzosamente un ser desprotegido y engañado, tal y como lo sugiere con frecuencia alguna literatura académica, sino una persona capaz de adaptar dimensiones fantasiosas a una experiencia que le es ofrecida como tal y para la cual está dispuesto a pagar (Hiernaux, 2012: 4).

Así, entonces, la fantasía es un potente motor para la construcción de la “turisticidad” de las personas, de los objetos, las experiencias y los espacios; es decir, *de este componente que hace que los mismos sean reconocidos como atractivos por el turismo, no sólo por su grado de “extrañeza” con relación al entorno cotidiano en ocasiones miserable como lo sostiene Lefebvre, sino además por el nivel de fantasía que se fija sobre los mismos, tal y como se observa en las fiestas de carnaval de cualquier ciudad en Disneylandia o Las Vegas* (Hiernaux, 2012: 5).

Sin embargo, hay opiniones diferentes a las de Hiernaux. Dice Walter Benjamín (1973), en contrario sensu, que la fantasía consiste en buena medida en un sueño despierto. El sueño más que un estado de reposo es uno de los momentos claves en los cuales el inconsciente adquiere un dinamismo quizás profundo pero ciertamente relevante para el equilibrio psíquico del individuo. Gastón Bachelard se cuestionaba con justa razón: ¿En qué espacio viven nuestros sueños? (Bachelard, 1970).

También, existe la ensoñación, estado de conciencia que muestra una percepción muy atenuada del mundo exterior. Durante la ensoñación, que es una suerte de “sueño despierto”, es cuando la mente puede evadir el entorno material y psicológico y navegar en otros mundos. *En siglos anteriores, la falta de movilidad física de los individuos para desplazarse provocó que la población recurriera al cuentista para producir esos estados de ensoñación* (Hiernaux, 2012: 4) que impide ver la realidad de las cosas. La tarea del investigador, dice él, es la de desenmascarar esa fantasía cuyo velo oculta la profunda miseria de la realidad. Si se acepta lo que dice Benjamín (1973) se entiende que la fantasía aplicada al turismo se ha vuelto una necesidad social para ocultar esa miseria; por lo tanto, se convierte en legítima en cuanto permite sobrellevar la cotidianidad. No obstante, Benjamín (1973: 5) dice que *es un instrumento de sometimiento de las personas y las sociedades que va claramente en contra de su liberación individual y colectiva*.

Al margen de lo anterior, el término imaginación como sustantivo aparece en las lenguas romances del siglo XII, deriva del latín *imaginativo* y se define como facultad de representarse imágenes. Esta facultad puede limitarse a evocar objetos que han sido vistos o percibidos (como mecanismo reproductor) o la de formar imágenes de objetos percibidos y hacer combinaciones nuevas de imágenes (como invención o creación). En cambio, el término imaginario derivado del latín *imaginarius* se introduce en lenguas romances a fines del siglo XV con valor adjetivo y significado de “irreal o ficticio”. Su utilización como sustantivo es reciente y significa “dominio de la imaginación”

(Belinsky, 2007: 12). Por otro lado, la imaginación desde Platón es concebida en principio como la facultad psíquica de formar, producir, reproducir o crear imágenes. Es decir, la imaginación debe entenderse como la capacidad creadora, como forma contrapuesta a la ciencia y la verdad (Banchs et al., 2007: 49).

Wunenburger (2003: 3-5) expresa que los términos de *imaginación* y *fantasía* se suman desde el siglo XIX al de *imaginario*, término que se refiere más al producto de la imaginación y a los contenidos de la fantasía que a la capacidad de producir imágenes o sistema de imágenes. Es un término que da cuenta del producto de la facultad de imaginar, de los resultados de un proceso imaginativo (Wunenburger, 2003: 49). Por otro lado, Grassi (2005: 16) comenta que la imaginación es una forma de acceso a la realidad, “... el proceso por el cual se realiza la representación-transfiguración simbólica [...] mientras que el imaginario es la capacidad, la fuerza de transformación” (citado por Hiernaux & Lindón, 2007: 158).

En contraposición con los conceptos de la imaginación y fantasía, el término *Imaginario* adquirió en el siglo XX un éxito creciente en la medida en que las ciencias sociales se ocupaban cada vez más de lo imaginado, de sus características, propiedades y efectos, que de la facultad psicológica de generar y utilizar imágenes (Hiernaux & Lindón, 2007: 49).

Bachelard (1994) comenta que la imaginación pasa por muchos problemas psicológicos y que la misma se ve perturbada por la falsa luz de la etimología. Siempre se quiere que la imaginación sea la facultad de formar imágenes. Y más bien es la facultad de deformar las imágenes proporcionadas por la percepción y, sobre todo, *la facultad de librarnos de las primeras imágenes; es decir, de cambiar las imágenes. Si no hay imaginación no hay acción imaginante. Si una imagen presente no hace pensar en una imagen presente [...] no hay imaginación. Lo que existe es percepción, una memoria familiar. Entonces, el vocablo principal que corresponde a la imaginación no es imagen sino imaginario* (Bachelard, 1994: 50-51).

PERCEPCIÓN Y CULTURA

Holloway (1997: 447) comenta que la motivación y el propósito están relacionados estrechamente. La percepción de un individuo sobre unas vacaciones, así como cualquier otro producto, es afectada por sus experiencias y actitudes (Santamaría Gómez & Flores Gamboa, 2012: 127).

Cornelius Castoriadis, en su obra “*La institución imaginaria de la sociedad II*” (2007), expresa que Freud procura compensar un “déficit” con la reproducción de la representación (que se postula como equivalente a la percepción) de una escena de satisfacción que tiene un antecedente en una percepción “real”. Y sobre la base de esto se ha tendido siempre a pensar en la cuestión de la fantasía y la imaginación (Castoriadis, 2007: 195). Además, Castoriadis (2007) expresa que para el

individuo social aparece entonces un tercer placer no siempre necesariamente consciente: el individuo puede y debe poder encontrar placer en una modificación del estado de las cosas exterior a él o en la percepción de tal estado de las cosas. Por lo tanto, para tener una percepción de la cosa como determinada, es menester prestarle atención, pero no demasiado; es menester tomarla en serio, pero no demasiado. Prestarle atención precisamente dentro de los límites de los individuos conscientes y actuantes de la institución histórico-social. *La percepción de la cosa es homóloga a la institución social del individuo (...) y es instituida también como tal por la sociedad* (Castoriadis, 2007: 243-255).

La percepción y la cosa no se dan simultáneas desde un comienzo, sino que desde el punto de vista psicogenético emergen de la historia del sujeto. Asimismo, no debe olvidarse que *la percepción es rodeada por la cultura* (Castoriadis, 2007: 273-275). De esta manera, existe una relación importante entre la percepción y la cultura. Es común pensar que todos tienen la misma manera de percibir un paisaje, los árboles, las flores o el campo, ya que están allí como objetos o símbolos a ser percibidos, sin embargo esto no es así. Todos pueden mirar pero no todos ven lo mismo, debido a que la percepción consciente está influida o determinada por la cultura.

Desde la perspectiva de Thompson (1998: 197) la cultura tendría que concebirse entonces, al menos en primera instancia, como *“el conjunto de hechos simbólicos presentes en una sociedad”*. O, más precisamente, como la organización social del sentido, como pautas de significados *“históricamente transmitidos y encarnados en formas simbólicas, en virtud de los cuales los individuos se comunican entre sí y comparten sus experiencias, concepciones y creencias”* (Thompson, 1998: 197). Pero ¿qué es lo simbólico? Siguiendo a Geertz (citado por Giménez, 2007) lo simbólico es el mundo de las representaciones sociales materializadas en formas sensibles, también llamadas *“formas simbólicas”*, y que pueden ser expresiones, artefactos, acciones, acontecimientos y alguna cualidad o relación. *En efecto, todo puede servir como soporte simbólico de significados culturales: no sólo la cadena fónica o la escritura, sino también los modos de comportamiento, las prácticas sociales, los usos y costumbres, el vestido, la alimentación, la vivienda, los objetos y artefactos, la organización del espacio y del tiempo en ciclos festivos* (Giménez, 2007: 32).

En pocas palabras, la cultura de pertenencia, el grupo en el que se está inserto en la sociedad, la clase social, el género, la nacionalidad o la etnia a la que se pertenece, influyen sobre las formas como es concebida la realidad, las cuales son aprendidas y reproducidas por los sujetos sociales. Por consiguiente, la percepción pone de manifiesto el orden y la significación que la sociedad asigna al ambiente o contexto.

Entonces, por percepción se entiende *“el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios en torno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social y otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la*

simbolización” (Vargas Melgarejo, 1994: 48).

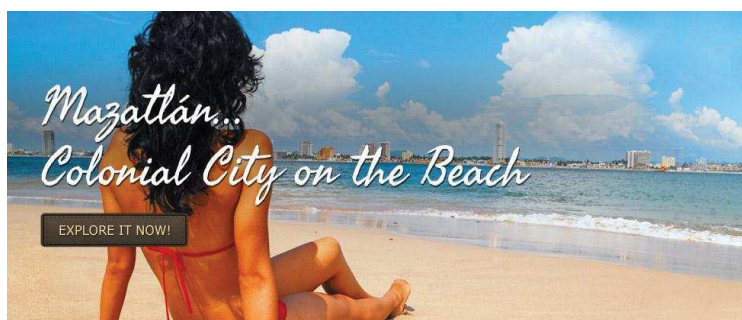
Por otra parte, la percepción no es un proceso lineal de estímulo y respuesta sobre un sujeto pasivo, sino que por el contrario éstas se manifiestan a través de una serie de procesos en constante interacción, donde el individuo y la sociedad tienen un papel activo en la conformación de percepciones particulares a cada grupo social.

Así, se puede hablar de una percepción imaginaria según Armando Silva (2003), la cual corresponde en un primer lugar a la percepción como registro visual y en un segundo momento, en caso de estudiar la imagen registrada, será leída inicialmente con las marcas del que capta la imagen, y en tercera instancia por el del que la interpreta. *La búsqueda de ese nivel terciario es lo que se llama imaginario, que no depende de una imagen pues está más allá de ellas porque es una construcción del pensamiento* (Silva, 2003: 23).

RELACIÓN ENTRE LO SIMBÓLICO Y EL IMAGINARIO

Lo simbólico y el imaginario están profundamente vinculados porque el imaginario recurre al símbolo para expresarse y el símbolo al imaginario para hacerse reconocer. Es por ello que a partir de la dimensión simbólica se pueden identificar los imaginarios en una sociedad o cultura en los que existe un destino turístico. La morada del imaginario es la imaginación; es decir, es un hecho de la conciencia humana. De esta manera el imaginario es inevitablemente subjetivo, le pertenece al individuo (al turista), es él quien lo crea, lo porta y le otorga un valor y significado. Los imaginarios están constituidos por imágenes físicas o mentales. Imágenes que están fabricadas del mismo material con que se elaboran los símbolos. Pensar e imaginar, entonces, es parte del conocimiento y por ende de la experiencia turística. La imaginación, como proceso psicológico es individual y sus efectos son los imaginarios pero cuando estos se materializan, se comparten y se convierten en sistemas simbólicos, como en obras fundadas en imágenes o en formas de habla, adquieren un carácter social por lo cual tienen un carácter colectivo y es entonces cuando se habla de representaciones sociales.

Figura 1: Una hermosa mujer en las bellas playas de Mazatlán, México



Fuente: <http://gomazatlan.com/>

A modo de ejemplo, la imagen femenina que se observa en la Figura 1 se deriva de un análisis de contenido de un sitio web de promoción turística del destino turístico donde captura tres escenarios turísticos físicos visibles: en un primer término, una mujer tomando el sol en una playa de Mazatlán que sugiere la relación del espacio natural con el ocio; en un segundo plano se observa la cadencia del oleaje del mar y su atractivo color azul; y al fondo, en tercer plano, la vista panorámica con un cielo esplendente de la franja hotelera localizada. Un cuarto escenario imaginado o fantaseado, subliminal, es que la bella mujer sugiere la fantasía masculina de su conquista y a las mujeres les despierta la imagen de ser ella esa dama bella y seductora. De esa manera se combinan cuatro o más escenarios que construyen varios de los posibles imaginarios turísticos de Mazatlán.

Los elementos simbólicos del cuerpo humano, más los naturales, culturales y espaciales con los que se representa el imaginario de Mazatlán construyen, consciente o inconscientemente valores, creencias, subjetividades y experiencias realizadas en espacios turísticos donde se valora la actividad concreta y física pero también la onírica o mitificada del destino turístico.

Aún y cuando los turistas procedan de realidades sociales y culturales diferentes, durante su periodo vacacional comparten imaginarios dominantes debido a la influencia de las herramientas de comunicación y significación que contribuyen a erigir sus imaginarios.

El turismo y el ocio ofrecen la oportunidad de tener experiencias que satisfacen ciertas necesidades, casi siempre de formato colectivo, que producen un beneficio individual. Descubrir espacios y culturas, ver y ser visto, integrarse, experimentar, descansar, pero también flirtear, seducir y conquistar sexualmente son motivos propios de los desplazamientos de un turista a un destino de playa. La elección de visitar un espacio de sol y playa lleva consigo imaginarios vinculados a la playa, el clima y la diversión, la exhibición y observación de los cuerpos, y para los adolescentes y adultos con frecuencia la fantasía sexual.

Mazatlán al igual que otros destinos de sol y playa está representado por dichos simbolismos; sin embargo, sus elementos distintivos son el sol y la playa, los cuales son las sustancias más importantes de este escenario turístico donde los turistas extranjeros y mexicanos se reconocen, interactúan y se encuentran entre sí y/o con la población local. Este escenario tiene una fuerte carga simbólica con la que trabaja la imaginación colectiva de los turistas porque conecta con el mar, el sol y los cuerpos humanos, el clima cálido, la gente alegre, la vida nocturna, el ocio y la sensualidad. Es evidente, entonces, que es en la playa donde se inicia la fantasía con la contemplación de los cuerpos, sus olores, formas y colores, del flirteo, la seducción y la conquista del otro o de la otra.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la realización de esta investigación es de carácter cualitativo y se ha basado en las siguientes técnicas de investigación y recolección de datos: una revisión teórica de

primera mano y hemerográfica, la entrevista semiestructurada y el análisis de contenido. Asimismo, se llevó a cabo una revisión de la literatura con el propósito de tener un encuadre de la relación de lo simbólico en lo imaginario (fantasía e imaginación y percepción y cultura) hasta relacionarlo con el turismo. También se realizó una revisión hemerográfica en diversos periódicos locales y nacionales. Además, se realizó una investigación de campo donde la finalidad es obtener información de los encuestados (20 Bell boys) de diversos hoteles de 4 y 5 estrellas de Mazatlán) a través de la entrevista donde el informante puede contestar y expresar libremente sus puntos de vista. Por último, se hizo un análisis de contenido a una imagen obtenida de un sitio web de promoción turística de Mazatlán con el objetivo de expresar los imaginarios turísticos que se encuentran en la misma.

PLAYA, SOL Y SEXO EN EL IMAGINARIO TURÍSTICO

El estudio del placer es una parte necesaria de las ciencias sociales dice Lionel Tiger en su obra *The Pursuit of Pleasure* (Tiger, 1992: 1). Con él coincide de alguna manera Dean MacCannell (1976), en su obra *The Tourist. A New Theory of the Leisure Class*.

Por su parte, Ian Littlewood (2002), antropólogo australiano, en su obra "*Sultry Climates: Travel and Sex Since the Grand Tour*" propone una óptica muy sugerente para entender una dimensión poco abordada en los estudios del turismo: el estímulo sexual para realizar un viaje.

Littlewood (2002) en su investigación no recurrió prácticamente a ningún libro o revista de temas turísticos, sino a la lectura detallada de numerosas cartas de viajeros ilustres, entre ellos el novelista inglés E. M. Forster, el inmenso poeta Lord Byron, el célebre Oscar Wilde y un amplio número de personas no conocidas. La tesis central de Littlewood sostiene que es muy común particularmente en hombres heterosexuales u homosexuales la necesidad de encuentros eróticos, la cual es uno de los resortes principales que los impulsa a viajar como turistas.

Ian Littlewood (2002) arranca su obra afirmando que la versión formal de las cosas rara vez revela la verdad de las mismas y para demostrarlo escudriña cartas escritas por viajeros. El autor narra cómo, mientras realizaba una investigación sobre expatriados en París y Venecia, encontró que *la literatura y la experiencia a menudo eran dos mundos aparte. De un lado, toda la plática era sobre arte y cultura; y del otro yacía un cúmulo de escritos más personales- cartas, diarios, memorias, poemas, novelas- que apuntaban hacia temas marcadamente diferentes. La versión pública del turismo como aventura cultural era desafiada por una versión privada, por mucho tiempo desconocida, que sugería que también era una aventura sexual* (Littlewood, 2002: 1).

Por su parte Hans J. Knebel, varias décadas antes que Littlewood, también hablaba de la búsqueda de placer en los viajes de los *jóvenes caballeros* de la burguesía europea del siglo XIX; sin embargo, el especialista alemán centraba su atención en los viajes a los *balnearios* donde *todos coincidían con los mismos deseos de diversión: aventuras galantes y juegos de azar de todo tipo*

(Knebel, 1974: 20-25). Es decir, Littlewood y Knebel coinciden en que durante el siglo XIX, tanto la juventud masculina de la burguesía europea como los artistas y escritores, con frecuencia pertenecientes a la misma clase social, se encontraban tanto en sus visitas a las grandes ciudades como a los *balnearios*; es decir, las playas es el lugar ideal para darle salida a sus frustraciones, fantasías, deseos o insatisfacciones sexuales. En el siglo XIX, se podría decir que el imaginario turístico europeo masculino de playa ya se relacionaba con las aventuras sexuales, pero era oculto. Publicitariamente no se explotaba abiertamente la sexualidad en el turismo como va a suceder a partir de los sesenta del siglo XX en la mayoría de los países que ofrecen sol y playa.

De cierta manera, lo que sostienen Littlewood (2002) y Knebel (1974) no es exclusivo del individuo que emprende un viaje y como parte de él busca la realización de sus deseos sexuales, sino que describiría lo que hombres y mujeres, ya de todas las condiciones sociales en el siglo XX, hacen en su vida cotidiana: trabajar, comer, responder a sus inquietudes culturales y satisfacer sus necesidades sexuales. Lilith Lash, veterana meretriz estadounidense, entrevistada para la obra *Sex Work* coincide con los expertos en el estudio del turismo, cuando dice que *“Algunas veces los hombres quieren “marcas” para llenar sus fantasías cuando viajan o viven solos”* (Delacoste & Alexander, 1998: 51).

No obstante, la diferencia entre realizar este ciclo de actividades sociales y funciones biológicas en un lugar diferente al cotidiano les otorga a los individuos una satisfacción ilusoriamente mayor, más aún cuando está ausente la obligación de trabajar. Los viajes crean la ilusión de que la obtención de placer es más plena que en los sitios diarios donde se trabaja y convive todos los días. Esta es una de las construcciones más exitosas del imaginario turístico de sol y playa, es ahí donde el placer es pleno.

El imaginario del turismo de sol y playa propone la idea, a veces abierta a veces subliminal, que a través de él se obtiene el verdadero placer ya sea del descanso, la diversión, la cercana relación con la naturaleza o la aventura sexual.

Jeremy Bentham (1789), escritor político del siglo dieciocho, es muy sugerente para entender la importancia del placer, a pesar de lo esquemático de su definición y estar inscrito en la tradición conservadora, cuando habla de la dialéctica entre dolor y placer en su *Introducción a los Principios de la Moral y la Legislación*:

“La naturaleza ha colocado a la humanidad bajo el gobierno de dos poderes soberanos, el dolor y el placer. Son ellos los que nos señalan lo que nosotros deberíamos hacer, como también determina lo que deberemos hacer. Por un lado establece los criterios comunes de lo que es correcto y equivocado, por el otro señala la cadena de causas y efectos que dependen de su poder. Ellos nos gobiernan en todo lo que hacemos, en todo lo que decimos, en todo lo que pensamos...” (Bentham, 1789: 12).

Bentham (1789) no estaba pensando en una reivindicación de los placeres sexuales, mucho menos los ligados al turismo, algo que estaba muy lejos de sus preocupaciones y de las reflexiones de su tiempo, pero aquí se cita casi al azar porque presenta una idea muy sugerente para entender la importancia que tiene para las personas la búsqueda del placer. Bentham no fue el primero ni el último en observar la relación entre *dolor y placer*, Freud (1976) propone conceptos semejantes en *Eros y Tanatos*, pero precisamente el británico por ser un pensador conservador, sorprende que encuentre una importancia trascendental en el placer aunque no hable explícitamente del sexual.

Una definición del placer es difícil porque es muy privada (Tiger, 1992); sin embargo, invariablemente tiene que ver con la sexualidad, las artes, el clima, la comida, la conversación, el deporte, el vestido, etc. Tiger atina al decir que hay ribetes idiosincrásicos en la búsqueda y realización del placer.

El antropólogo francés David Le Bretón (1999: 2) va más lejos que Tiger cuando dice con lucidez que *“las percepciones sensoriales o lo sentido y la expresión de las emociones parecen la emanación de la intimidad más secreta del sujeto, pero no por ello están menos social y culturalmente modelados”*. El placer no es, entonces, una mera manifestación fisiológica ni una simple psicología sino una fórmula combinada que se revela corporalmente de diferentes maneras según las culturas. *“De una sociedad a otra los hombres experimentan afectivamente los acontecimientos de su existencia a través de repertorios culturales diferenciados que a veces se parecen, pero no son idénticos”* (Le Bretón, 1999: 2). Cada pueblo crea prácticas culturales que visten y alimentan al placer con diferentes formas, sabores y tonalidades las cuales lo pueden hacer más intenso o menos satisfactorio; sin embargo, cuando del placer se habla aquí, se refiere, en última instancia, a una misma función biológica en todos los seres humanos, a una misma experiencia sensorial. Cuando se aborda el estudio del placer, en gran medida se habla de la satisfacción de los sentidos. Las vacaciones y el turismo se presentan justamente como dos usos del tiempo y dos prácticas ejercitadas por grandes conglomerados humanos que pretenden llenar las necesidades de la realización del placer.

Aún habiendo una amplia gama de matices conceptuales alrededor de las conductas del placer se puede afirmar que la industria del turismo se inscribe entre las actividades que buscan, o al menos pretenden proporcionar condiciones para la obtención del placer.

Dentro de esta industria el turismo de sol y playa es el más cercano a la búsqueda del placer sexual. El imaginario turístico de playa y sol despierta fantasías sexuales. Ir a la playa es un soñar despierto. En la playa, y quizá la montaña, las personas huyen de la productividad, la actitud existencial que domina al sujeto moderno.

La productividad, dice Marcuse (1972) autor de obras relevantes como *El Hombre Unidimensional* y *Eros y Civilización* contradice el principio del placer. En las vacaciones de sol y playa donde no se

trata de aprender y producir nada sino de gozar o por lo menos de fantasear que se goza, la productividad pierde su poder. Al ser las vacaciones una esfera ajena al trabajo lo que brota es la escenificación temporal de la libertad. En la playa, la fantasía permite que las imágenes irrazonables de la libertad lleguen a percibirse como posibles o reales, y “los bajos fondos” de la gratificación instintiva, si se concretan, pueden asumir una nueva realidad más satisfactoria, así sea efímera. Frente al mundo de la actuación productiva encamada en Prometeo y Pandora, recuerda Marcuse (1972), el principio femenino de la sexualidad y el placer aparecen como una maldición para la productividad y por lo tanto son destructivos.

“¿Porque son tal maldición las mujeres? Porque son la encarnación del placer, la renuncia de la productividad. La belleza de la mujer y la felicidad que promete son fatales en el mundo del trabajo de la civilización”, cita Marcuse a los clásicos griegos. No es gratuito, entonces, siguiendo el hilo de este discurso, que en la publicidad turística de los destinos de sol y playa, sea más frecuente la imagen de la mujer bella y en bikini que la del hombre atlético y bien parecido. Es en Brasil donde manera explícita donde se utiliza el imaginario de la mujer bella y sensual como icono de la propaganda turística oficial (Gomes, 2013: 220).

Si Prometeo es el héroe cultural del esfuerzo y la fatiga, la productividad y el progreso, Orfeo, Narciso y Dionisos defienden una realidad muy diferente. Su imagen es la del gozo y la realización; la liberación del tiempo que une al hombre con Dios, al hombre con la naturaleza. De una manera semejante, en el mundo moderno, en el imaginario turístico de sol y playa se recrea el paraíso. En la playa las personas se rebelan al esfuerzo y la dominación del trabajo. La experiencia del mundo órfico y narcisista, donde se desea y pretende que sean las vacaciones en la playa húmeda y caliente se desmorona en el mundo de la productividad. Al menos temporal y quizá ilusoriamente se diluye la oposición entre el ser humano y la naturaleza. En la playa, sobre todo la de clima cálido se despojan los cuerpos de sus ropas y busca descubrirse la sublimación de la sensualidad. En el mundo moderno y dominado por las ansias de la ganancia y la productividad, sólo en el ocio y más particularmente en las vacaciones puede emerger la catarsis libidinal del individuo y de las relaciones libidinales con otros.

Mientras que fuera del mundo privado de la familia la existencia del hombre está determinada principalmente por el valor de cambio de sus productos y actuaciones, la vida en su casa y en su cama tiene que estar cubierta por el espíritu de la ley divina y moral, revela Marcuse (1972), uno de los grandes autores de la famosa Escuela de Frankfurt. Sin embargo, en la playa alentados por su imaginario, desde el siglo XIX, los vacacionistas hombres y mujeres buscan o imaginan transgredir esa prohibición legal y moral intentando la conquista, la seducción o al menos el flirteo. No obstante, si Eros es la expresión de la sexualidad en condiciones no represivas, es decir “la autosublimación en relaciones duraderas y en expansión que sirven para intensificar y aumentar la gratificación instintiva, entonces en realidad la sexualidad del turismo playero de hombres y mujeres solteros no es una plena realización erótica, sino más bien un escape fugaz, una mera relación carnal.

Sin importar lo anterior el turismo en la playa es al mismo tiempo una de las ilusiones más acariciadas por las habitantes de las grandes ciudades, los espacios donde habitan los seres más presionados y abrumados por las exigencias de la productividad, y por tal motivo el turismo de sol y playa continúa siendo el más atractivo y masivo en el mundo. Es probablemente el imaginario turístico mejor vendido en el mundo.

MacCanell (1976), quien escribió su obra en los mismos años en que Knebel y Marcuse dan a conocer sus principales obras, consideraba que el ocio estaba desplazando al trabajo del centro de los arreglos sociales modernos. Lo que este autor dice es que a partir del ascenso de la ciencia y la tecnología en el imaginario de las sociedades contemporáneas y en el mundo real de la producción, las fábricas y otros centros de trabajo complejos se convierten en atracciones museográficas por lo tanto turísticas. Pero más allá de eso, el autor observaba particularmente en las sociedades desarrolladas como la estadounidense que el tiempo libre o el ocio habían aumentado y que por lo tanto el estilo de vida de amplias capas sociales sobre todo de las clases medias se había modificado destinando muchos de sus intereses y prácticas sociales al uso del tiempo libre y la búsqueda del placer.

Las características que describen MacCannell (1976) y otros autores como Daniel Bell (1974) en las sociedades desarrolladas entre el fin de la Segunda Guerra Mundial y los años setenta, se modifican drásticamente. No en su esencia tal y como la analiza Marcuse en las obras aquí citadas, porque el hombre y la mujer modernos han profundizado su dependencia al mundo de la productividad y con ello su alienación. Pero las nuevas tecnologías, como la informática, la electrónica y la robótica han aumentado la productividad a niveles antes nunca alcanzados y al mismo tiempo han contribuido a la reducción progresiva del empleo a principios del siglo XXI lo cual produce una nueva síntesis laboral en la que trabaja cada vez menos gente pero con una mayor intensidad y con jornadas más largas de trabajo. En este contexto, los períodos vacacionales también se han acortado y el turista busca consumir emociones cada vez más intensas en un tiempo más concentrado que en el pasado. Las condiciones societarias sobre las cuales escriben Marcuse y MacCannell, no son exactamente las mismas que las de los años sesenta y setenta del siglo anterior, pero observadores de la sociedad del nuevo milenio como Le Bretón (2002), Rifkin (2010) o Baudrillard (2009) la ven como aún más enajenante. *“Como carece de los límites de sentido proporcionados por la sociedad, el individuo busca físicamente a su alrededor límites de hecho y cuando los límites proporcionados por el sistema de sentido y valores que estructuran el campo social pierden su legitimidad, las exploraciones de los “extremo” adquieren “fuerza”* (Le Bretón, 2002: 93).

En este nuevo arreglo societario, los turistas de los países desarrollados particularmente de Estados Unidos, territorio donde están más acentuadas las características de la nueva era, persiguen más intensamente conquistar todo tipo de placer, entre los que el sexual ocupa un sitio predilecto. Si bien, Ian Littlewood (2002) sostiene que la motivación sexual ha estado presente en el deseo de los turistas desde hace por lo menos un siglo en la sociedad digitalizada e hipermoderna, la búsqueda de

la satisfacción sexual es más abierta y frecuente. Es por eso que la industria turística explota la libido de los turistas en los destinos de sol y playa de manera más explícita que en ninguna otra época. El imaginario turístico de sol y playa en esta época está más relacionado con la sexualidad que nunca antes. Lo fue a lo largo de la segunda mitad del siglo XX y lo es más aún en el nuevo siglo. La publicidad a la que recurre no lo oculta en ningún momento. En el ínter de las dos guerras mundiales del siglo XX el sexo es revelado cada vez de manera más abierta como un recurso publicitario; no obstante, a partir de los años sesenta, la década de *la revolución sexual* que propusieron jóvenes de muchas partes del mundo, el sexo es reutilizado por la industria de la publicidad en una escala mayor y más explícita. La razón estriba en que *“fundamentalmente la organización social de la existencia humana descansa sobre deseos y necesidades básicas de la libido: altamente plásticos y moldeables, ellos son formados y utilizados para “unir” a la respectiva sociedad”* (Marcuse, 1972: 222).

“La aceptación del principio de realidad significa para el individuo la aceptación de la regimentación civilizada de sus necesidades instintivas, especialmente en el terreno de la sexualidad” (Marcuse, 1972: 224).

Por cuanto el placer descansa en la libido, el imaginario turístico ha sabido vender la playa y el sol como sus lubricantes preferidos a las diferentes tribus sexuales, las cuales tienen sus diferentes códigos de honor, su propia moral, sus propios guiones y traducciones del deseo, sus propias reglas de admisión y exclusión.

LA SEXUALIDAD NO PUBLICITADA DEL IMAGINARIO TURÍSTICO DE MAZATLÁN

Mazatlán ha presumido las costumbres sociales y el comportamiento sexual más relajados del estado de Sinaloa, por lo menos de la segunda mitad del siglo diecinueve en adelante. En ello ha influido la cotidiana convivencia con el ir y venir de visitantes temporales. Los encuentros fugaces de marineros con la población local desde los inicios del siglo XIX y de los turistas extranjeros y nacionales con los mazatlecos desde los años veinte del siguiente siglo han hecho que la población del puerto esté acostumbrada al trato con la diversidad de costumbres, gustos y hábitos los cuales no han dejado de influir en ella. La invención del Carnaval a finales del siglo XIX añadió el pretexto que faltaba para que, año tras año en medio de la multitud, el baile, las máscaras y las bebidas embriagantes, los nativos del puerto inventaran carnalidades efímeras.

El Carnaval es el máximo regocijo colectivo de la población local, el *momentum* cíclico de mayor libertad y la oferta más conocida de su imaginario turístico, en el que caben los excesos particularmente de los jóvenes. En el maremagnum del Carnaval los más rebeldes han roto las fronteras que la moral de la época les ha impuesto. Ya desde el siglo XIX había quejas de los guardianes de las *buenas costumbres* por los excesos de los desarrapados del *mueye* y del rastro durante las fiestas del Carnaval, pero después la inconformidad ya en la segunda mitad del siglo XX

se dirigiría también hacia los homosexuales y los hippies. No era nada nuevo que se responsabilizara a los turistas de la decadencia inmoral, en los años treinta se calificaba de indecentes a los individuos que tan solo con taparrabos se bañaban en el mar y se calificaba de sodomitas a una pareja que en traje de baño y completamente intoxicados por el alcohol, se encontraban sobre la arena acariciándose y besándose en forma descarada (Santamaría, 2005).

Ya en los años sesenta espantados por la juventud sexualmente activa, irreverente y anticonvencional que se extendía a lo largo y ancho de Estados Unidos, la Asociación de Hoteleros de la localidad anunció que se había firmado un Convenio México-Americano para impedir la salida de los *beatniks* hacia el país. En realidad, tal convenio no impidió el arribo a Mazatlán de *beatniks* y *hippies*. Uno de los más célebres escritores del primer clan, Jack Keourack, pasó varias semanas en el Hotel Siesta embriagándose día y noche, ni se pudo impedir que los jóvenes estadounidenses de los sesenta y setenta contagiaran con sus vestimentas, música y nuevas costumbres a los mazatlecos y a jóvenes de todo el país.

Los turistas estadounidenses como portadores en carne y hueso de las nuevas modas han influido desde hace varias décadas en la vestimenta y accesorios de amplias capas de la población mazatleca. Los californianos en particular, tanto por ser quienes más visitan al puerto como por haber desarrollado toda una cultura influida por la abundancia de sol y la cercanía del mar en su propio estado, han dejado una profunda huella en el atuendo e incluso en el lenguaje de la población local más ligada a las actividades turísticas, y en los jóvenes de mayor arraigo urbano de la población.

En las prácticas y costumbres sexuales los turistas norteamericanos no parecen haber influido mucho en la población local en las décadas de la llamada revolución sexual de los sesenta y setenta. En esta atmósfera, a partir de mediados de los ochenta, arriban masivamente a Mazatlán los primeros hijos adolescentes de los jóvenes de los sesenta, los primeros grupos de estudiantes preparatorianos y universitarios estadounidenses llegan al inicio de las vacaciones de primavera (el *spring break* en la jerga estudiantil de Estados Unidos o *colectur* - *College Tour* en inglés.) el contagio a la población juvenil porteña empezó a ser muy visible.

La historia del *spring break* en Estados Unidos data de los años sesenta pero su presencia organizada en México se inició a mediados de los ochenta. Uno de sus impulsores en México, Robert Bianchi Rossi, de origen italiano pero residente en Minneapolis (Minnesota), en una entrevista al periódico *El Sur* recordó que en 1987 “Mazatlán era el destino turístico número uno para los *spring breakers*”. En ese año Bianchi Rossi inicialmente y después Tony Cegardy desde Arizona y Craig Lufquist también desde Minnesota, promovieron a Mazatlán hasta convertirlo en su destino preferido cuando lo visitaban alrededor de 10 o 12 mil estudiantes (El Sur, 24 de marzo de 2002).

En el periódico *El Sur* (24 de marzo de 2002) se establece que los *spring breakers* viajan buscando “la libertad ética, la permisividad erótica y los excesos lúdicos. Son los hijos de un dios

Dionisio de plástico llamado VTI (Viaje Todo Incluido) y su filosofía hedonista es tan amplia como se lo permiten las cinco semanas que dura la temporada en estas tierras llenas de sol, mar y arena". La opinión dominante entre la población adulta y los medios de comunicación de Mazatlán sobre la conducta de los jóvenes turistas estadounidenses suele ser de rechazo. El siguiente reportaje publicado en el diario *Noroeste* refleja fielmente lo anterior:

"Casi a finales de marzo, se ven por Mazatlán los llamados colleges tours (los cuales) se han constituido como nuevos personajes del puerto, no obstante su carácter temporal y transitorio. Alrededor de ellos se ha tramado un mito: la imagen del desenfreno absoluto de la juventud norteamericana. Son considerados una influencia negativa para la juventud por sus actitudes. Se tiene una opinión generalizada acerca de que "vienen a la ciudad a hacer el relajo que no les está permitido en su país" (Lizárraga Durán, 1998).

El periódico *El Sur* (24 de marzo de 2002) resume el comportamiento de *spring breaker* en un decálogo:

1. Te olvidarás de las reglas de comportamiento.
2. Te reventarás día y noche.
3. Perderás todas tus inhibiciones.
4. Jamás permanecerás sobrio.
5. Dormirás estrictamente lo necesario.
6. No aprenderás nada, sólo te divertirás.
7. Si algo te estorba, avientalo por la ventana.
8. Te desnudarás aún sin provocaciones.
9. Todo el sexo del mundo, pero con protección.
10. Lo que pasa en Acapulco (o Mazatlán), se queda en Acapulco (o Mazatlán).

La desinhibición sexual en Mazatlán no es algo reciente dentro de los marcos culturales mexicanos, ni es un reflejo mecánico de las influencias de las diferentes generaciones de turistas jóvenes de Estados Unidos, pero han contribuido a moldearlas. El comportamiento público en bares, restaurantes, playas, hoteles o calles del puerto de amplias capas sociales de la población local reproduce con frecuencia los bailes, estilos de vestir y cachondeos de los llamados *colecturs*. El anterior decálogo no es adoptado fielmente por los hombres y mujeres, jóvenes y adultos de Mazatlán, pero alguno de sus mandamientos son respetados sin remilgos.

Para Pat Califia (2000) la sociedad actual, brutalmente competitiva, agresiva y frustrante, y a la vez dadora de menos oportunidades de trabajo y satisfacción social, necesita de excesos sexuales y eso explica la conducta radical de sectores importantes de su población. Dice la autora de la obra *Public Sex*: *"A pesar de nuestra mortalidad, la carne es la única ruta que se puede tomar para alcanzar la eternidad. Desear el manoseo de otros es la primera protesta en contra de la soledad*

existencial que inexorablemente “aperra” la condición humana (Califia, 2000: 12). Se llega a otra persona para que te proporcione confianza, seguridad, distracción, el goce y sobresalto de la satisfacción erótica. Al menos por algunos segundos, quizá se siente lo que podría ganarse al recibir a otra u otro. Pero luego se regresa al estado de soledad y vacío. Y se repite el ciclo, una y otra vez, hasta que quizá también se empieza a buscar una compañía más sublime con nuestro creador, quien tiene el poder de convertir sus preguntas más dolorosas en paz interior y enfrentar nuestro coraje y miedo con un amor que no se encoge. Mientras esa paz interior y sublime no llegue la sexualidad radical es una especie de placebo cíclico al que recurren las tribus de la sociedad contemporánea.

El análisis que hace Califia (2000) tiene una mayor correspondencia, aunque no exclusiva, en las sociedades postindustriales y digitalizadas como la estadounidense y se cita en menor medida con una sociedad subdesarrollada como la mexicana. No obstante, la adopción cada vez más extendida de la sexualidad radical en destinos turísticos como Mazatlán y otras ciudades del país revelan que las frustraciones existenciales descritas por la autora se reproducen en diferentes ámbitos de la sociedad global.

La conducta sexual de la sociedad predigital es ya vista como tradicional por el radicalismo del sexo público. El beso en la boca, que era o es considerado por grupos sociales más tradicionales como *un atributo de la intimidad amorosa y más aún si se trata de besos sobre otras partes del cuerpo, cuya connotación sexual no escapa a nadie* (Le Bretón, 1999: 80), es cosa del pasado. Es decir, no es más un acto íntimo ni entre el turismo estudiantil de Estados Unidos que visita Mazatlán, ni tampoco lo es en gran parte de la juventud local. Dice Le Bretón (1999: 80) que el beso “*está reservado al ámbito privado, so pena de suscitar -en la calle, por ejemplo- miradas ofendidas o incómodas o bien sonrisas indulgentes, porque prácticamente no deja indiferente a ningún transeúnte. A veces, bajo el fuego de esas miradas, las bocas se abandonan a disgusto y la pareja indica con su risa la dicha de la transgresión, la mujer traduce su incomodidad con una sonrisa avergonzada o se esfuerza sin convicción por alejar la boca golosa de su compañero*”.

En 1998, año en que Le Bretón publicó su obra en francés, en muchas partes del mundo se podía observar que el beso en la boca era algo muy común en espacios públicos como el transporte colectivo, parques, universidades, calles, bares, discotecas, etc. Sin embargo, en los destinos de playa donde por clima, cultura y propaganda se invita a la semidesnudez y a una mayor libertad los individuos, especialmente los turistas, liberan sus fantasías sexuales incluyendo una práctica más recurrente, abierta y transgresora del beso público.

En Mazatlán o cualquier otra playa turística mexicana los *spring breakers* son el extremo de una nueva conducta sexual pública. Pero no tan solo ellos dan rienda suelta a sus juegos y fantasías, sino también con formas más discretas y sutiles, otros hombres y mujeres de todas las edades y las condiciones sociales.

No hay hombre mexicano solo, joven o maduro (Entrevistas por el autor a *Bell Boys* de diferentes hoteles de cinco y cuatro estrellas de Mazatlán, a lo largo de 2004), que estando de visita en Mazatlán deje de acariciar la ilusión de la conquista a una turista o lugareña. Especialmente, para los nacionales, el Carnaval, las vacaciones de Semana Santa y de verano, son las temporadas en las que sus deseos de conquista se desbordan y ocasionalmente se cumplen. Un reportaje del diario mazatleco *Primera Hora* (Mendoza, 6 de noviembre de 2002) refuerza la observación de un grupo de *bells boys* de hoteles locales:

“los taxistas dicen que por lo menos el 90% de los turistas solos o en grupos pequeños y del mismo sexo que vienen a Mazatlán buscan el placer sexual como una forma de diversión en el puerto. Más de dos tercios son del sexo masculino”.

Para las mujeres locales, especialmente las jóvenes y/o solteras, Semana Santa es la temporada en la que se estrenan bikinis (aunque después se protejan en la playa con pantaloncillos a diferencia de las extranjeras que no lo hacen) y visitan masivamente las playas, aún las y los que por norma no lo hacen a lo largo del año. En las noches portan sus vestidos más audaces y seductores e intentan conocer a muchachos fuereños. Por una extraña y paradójica razón en una cultura que se declara mayoritariamente católica, los y las turistas mexicanas en Semana Santa expresan más que en ningún otro momento la intensidad de sus deseos y fantasías sexuales. Los cuales pueden limitarse al simple coqueteo, la vestimenta reveladora, el cachondeo en un baile, promesas de encuentros futuros o cumplirse plenamente con los coitos furtivos.

En un destino turístico de playa como Mazatlán, incluso las mujeres y hombres conservadores, cumplen sus fantasías eróticas, ya sea mediante un vouyerismo temporal y/o más abierto que en sus lugares de origen o mediante el uso de prendas sexualmente sugerentes, impensables de portar en sus localidades.

Acerca de Semana Santa, dice Nery Córdova (2004) reivindicando nuevamente a los iconoclastas y transgresores y comprobando la intensa sexualidad de los turistas que visitan Mazatlán:

“...de Chihuahua, de Durango, de Nayarit, de Jalisco, de Sonora, y de otras entidades, son quienes en su mayor parte han tomado de nuevo por asalto los hoteles, las playas y las calles de Mazatlán. En tanto, la juerga hierve poro a poro en el escándalo lúdico de un impensado movimiento hedonista volcado sobre la fiesta que, en Mazatlán, parece eterno...es un multitudinario baile que le pide poco al carnaval de invierno-primavera recién transcurrido. Las parejas, y hombres y mujeres solos, danzan extasiados y con frenesí...la tristeza y los pudores han quedado simplemente proscritos, en un hábitat donde solo tienen cabida el desenfreno y el encuentro sumario con el jolgorio y el reventón. Las parejas y hombres y mujeres solos, danzan extasiados y con frenesí...la tristeza y los pudores han quedado simplemente proscritos, en un hábitat donde solo tienen cabida el desenfreno y el encuentro sumario con el jolgorio y el reventón. En las playas, entre los ecos y sonos

placenteros de las voces del mar, entre la semioscuridad y las penumbras, entre casas de campaña y numerosas tribus acompañadas de estéreos portátiles, los placeres corren, se beben, se agarran y hasta cogen furtivamente entre el descaro, la valentía y la plenitud. A finales de cuentas las bajísimas pasiones son un cercano acontecer cotidiano que se concreta, se muestra y se exhibe cada vez más en las cuasi públicas esferas del mundo social. La sociedad del espectáculo y del ocio encuentran sus formatos como por encargo en un puerto festivo, brillante y cachondo, pero también de oscuridades y sombras como Mazatlán" (Córdova, 2004: 8).

En efecto, los *spring breakers* y los turistas nacionales de Carnaval y Semana Santa son los actores centrales de una conducta sexual y social rompedora de tabúes y normas establecidas. Su congregación, en multitudes ansiosas e incontrolables es uno de los factores que los anima, en un destino de playa paradisiaco, a la entrega pecadora.

En Acapulco, Mazatlán o Cancún, Semana Santa es una verdadera orgía y no hay excepciones. Pero en el caso del puerto sinaloense el Carnaval es su mejor escuela festiva. En realidad, esa fiesta anual es el elemento aculturador número uno de la ciudad porque los efectos de sus prácticas y costumbres continúan a lo largo del año, tal y como sucede en la Semana Mayor. La anarquía enfiestada del Carnaval deja un contagio duradero porque además de reproducir el aquelarre en Semana Santa, miles de familias tienen su carnavalito en cada cumpleaños privatizando las calles de la ciudad o alquilando salones de fiesta.

En realidad, en Mazatlán la importancia del hedonismo y el valor otorgado al cuerpo de las mujeres existen prácticamente desde su fundación como puerto. Geografía y cultura se han conjugado para crear un culto al hedonismo, al cuerpo y a la apariencia que ha hecho que las conductas sexuales desafiantes, antes y ahora, sean más aceptadas o al menos más toleradas.

En la sociedad digital, más productivista que cualquier otra época, de competencia salvaje y futuro incierto, las conductas sexuales particularmente de los jóvenes rompen con los marcos sociales y culturales establecidos ya no por generaciones lejanas sino por una que se preció de revolucionaria y rebelde: la de los sesenta. Lo provisorio de la sociedad contemporánea, que propicia el desconcierto por un lado pero también la iniciativa por otro lado, *impulsa a los individuos jóvenes a las exploraciones y conductas extremas, a la frontalidad, la inmediatez y el riesgo* (Le Bretón, 2002: 92-93).

Jean Baudrillard (1970: 200) confirma lo que se ve todos los días en la cultura de masas, el descubrimiento del cuerpo *"después de una era milenaria de puritanismo, bajo el signo de la liberación física y sexual, su omnipresencia en la publicidad, en la moda, la cultura de masas o el culto a la higiene, de las dietas, de la terapéutica con que se lo rodea; la obsesión por la juventud, la elegancia, la virilidad/femineidad, los cuidados, los regímenes, las prácticas sacrificadas vinculadas a ellos, el mito del Placer que lo rodea, todo da cuenta hoy de que el cuerpo se ha vuelto un objeto de*

salvación" (Le Bretón: 2002: 88-89) . David Le Bretón (2002: 89) resume que *"La retórica del cuerpo, dirigida por una moral de consumo, sustituyó la retórica del alma"*.

La retórica del cuerpo, aunque no con los extremos recientes, es una vieja historia mazatleca. Con la conversión de Mazatlán en una ciudad turística de manera definitiva o al menos por varios lustros más, a partir de los años sesenta del siglo XX, se acentuó el culto al cuerpo y con ello se propagó un imaginario subliminal disfrazado de destino familiar, donde subyace el deseo atávico de los hombres y mujeres por satisfacer sus deseos más instintivos.

CONCLUSIONES

Lo simbólico y el imaginario están profundamente enlazados porque el imaginario acude al símbolo para expresarse y el símbolo al imaginario para hacerse reconocer. Como lo dice Castoriadis, el símbolo es un componente del imaginario a cualquier nivel que lo sitúe. Es por ello, que a partir del trabajo simbólico se puede introducir a los imaginarios en una sociedad o cultura (ya sea estadounidense o mexicana) que se ha establecido en torno a un destino turístico de sol y playa al momento en que lo simbólico otorga al imaginario la capacidad de construir un conocimiento de lo real.

La morada del imaginario es la imaginación, en pocas palabras es un hecho de la conciencia humana. De esta manera, el imaginario es subjetivo, le pertenece al individuo (turista), es él quien lo crea, lo porta y le otorga un valor y significado. Los imaginarios están formados por imágenes físicas o mentales. Imágenes que están elaboradas del mismo material con que se construyen los símbolos, pensar e imaginar forman parte del conocimiento por ende de la experiencia turística. Además, la imaginación como proceso psicológico es individual y sus efectos son los imaginarios, pero cuando estos se materializan se comparten y se convierten en sistemas simbólicos como imágenes o formas de habla que adquieren un carácter social por lo cual tienen un carácter colectivo.

De acuerdo a Littlewood (1999), Knebel (1974) y Tiger (1992) algunas de las causas más poderosas que motivan a los individuos (turistas) a hacer turismo en los destinos de playa son: a) los hombres buscan encuentros eróticos; b) dar salida a las frustraciones, fantasías o deseos y c) la obtención plena del placer.

El imaginario del turismo de sol y playa propone la idea, a veces abierta a veces subliminal, de que a través de él se obtiene el verdadero placer ya sea del descanso, la diversión, la cercana relación con la naturaleza o la aventura sexual. Asimismo, el turismo de sol y playa es una de las ilusiones más deseadas por los posibles visitantes de las grandes ciudades, los espacios donde habitan son conglomerados, bulliciosos y ruidosos por las exigencias del sistema económico. De tal manera, el turismo de sol y playa continúa siendo el más atractivo y masivo en el mundo, además que despierta fantasías sexuales. Es, probablemente, el imaginario turístico mejor vendido en el mundo.

En cuanto el placer descansa en la libido, el imaginario turístico ha sabido vender la playa y el sol como sus lubricantes preferidos a las diferentes tribus sexuales de turistas, las cuales tienen sus diferentes códigos de honor, su propia moral, sus propios guiones y traducciones del deseo, sus propias reglas de admisión y exclusión como son en las sociedades estadounidense los “spring breakers” y en la mexicana los “turistas carnavaleros” o de “semana santa” que se manifiestan en los distintos periodos vacacionales en el destino turístico de sol y playa “Mazatlán”.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bachelard, G.** (1994) “El aire y los sueños: ensayo sobre la imaginación del movimiento”. Fondo de Cultura Económica, Santa Fe de Bogotá
- Bachelard, G.** (1970) “El derecho a soñar”. Fondo de Cultura Económica, México
- Banchs R.; Agudo, A. & Astorga, L.** (2007) “Imaginarios, representaciones y memoria social”. En: Arruda, A. & de Alba, M. (Coord.) Espacios imaginarios y representaciones sociales: Aportes desde Latinoamérica. Anthropos, México, pp. 47-95
- Belinsky, J.** (2007) “Lo imaginario: Un estudio”. Nueva Visión, Buenos Aires
- Bell, D.** (1974) “The coming of post-industrial society”. Harper Colophon Books, New York
- Benjamin, W.** (1973) “La obra de arte en la época de la reductibilidad”. Taurus, Madrid
- Bentham, J.** (1789) “Introducción a los principios de la moral y la legislación”. Editorial Pickering, Londres
- Braudillard, J.** (2009) “La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras”. Siglo XX, Madrid
- Califa, P.** (2000) “Public sex. The cultural of radical sex”. Class Press, San Francisco
- Castoriadis, C.** (1983) “La institución imaginaria de la sociedad I”. Tusquets, Buenos Aires
- Castoriadis, C.** (2007) “La institución imaginaria de la sociedad II”. Tusquets, Buenos Aires
- Córdova, N.** (2004) “Imágenes de Mazatlán: de contrastes sociales, hedonismo y liviandad”. Mimeo, México
- Delacoste, F. & Alexander, P.** (1998) “Sex work, writings by women in the sex industry”. Cleis, San Francisco
- El Sur** (2002 – 24 de marzo) “La conducta de los springbreakers”. Acapulco
- Freud, S.** (1976) “El Yo y el Ello”. Amorrortu, Buenos Aires
- Giménez, G.** (2007) “Estudios sobre la cultura y las identidades sociales”. CONACULTA: ITESO, México
- Gomes S, M.** (2013) “(Des) (Re) Construcción del imaginario social <mujer brasileña> en los discursos sobre Brasil en Portugal”. Revista Estudios y Perspectivas en Turismo 22(2): 216-234
- Grassi, V.** (2005) “Introduction à la sociologie de l’imaginaire: une compréhension de la vie quotidienne”. Eres, Ramonville Saint Agne
- Hiernaux, D.** (2007) “Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos”. Revista Eure 13(99): 17-30
- Hiernaux, D.** (2012) “Fantasías, sueños e imaginarios del turismo contemporáneo”. Colegio de Sonora, Hermosillo

- Hiernaux, D. & Lindón, A.** (2007) "Imaginarios urbanos desde América Latina. Tradiciones y nuevas perspectivas". En: Silva, A. *Imaginarios urbanos en América Latina: urbanismos ciudadanos*. Antoni Tàpies, Barcelona, pp. 157-167
- Holloway, J. C.** (1997) "El negocio del turismo". Diana, México
- Le Breton, D.** (1999) "Las pasiones ordinarias. Antropología de las pasiones". Nueva Visión, Buenos Aires
- Le Breton, D.** (2002) "La sociología del cuerpo". Nueva Visión, Buenos Aires
- Littlewood, I.** (2002) "Sultry Climates: Travel and sex since the grand tour". Southern Cross University, Sidney
- Lizárraga Durán, R.** (1998 – 8 de abril) "La imagen de los estudiantes estadounidenses collegesoturs en Mazatlán". Periódico Noroeste, Mazatlán, pp. 6B
- Knebel, H. J.** (1974) "Sociología del turismo. Cambios estructurales en el turismo moderno". Hispano Europea, Barcelona
- MacCannell, D.** (1976) "The tourist. A new theory of the leisure class". Shocken Books, New York
- Marcuse, H.** (1972) "Eros y civilización". Alianza, México
- Mendoza, D.** (2002 – 6 de noviembre) "Turismo sexual, la otra cara del placer". Periódico Primera Hora, Mazatlán
- Rifkin, J.** (2010) "El fin del trabajo". Paidós, Barcelona
- Santamaría Gómez, A. & Flores Gamboa, S.** (2012) "Escenarios de violencia e inseguridad en los destinos turísticos: Mazatlán como estudio de caso". Facultad de Ciencias Sociales, Mazatlán
- Santamaría, A.** (2005) "Del alba al anocher: el turismo en Mazatlán (1972-2004)". Universidad Autónoma de Sinaloa, Culiacán
- Silva, A.** (2003) "Bogotá Imaginada". Convenio Andrés Bello-Universidad Nacional de Colombia, Bogotá
- Thompson, J.** (1998) "Ideología y Cultura Moderna". Universidad Autónoma Metropolitana, México
- Tiger, L.** (1992) "The pursuit of pleasure". Little, Brown and company, London
- Vargas Melgarejo, L. M.** (1994) "Sobre el concepto de percepción". *Alteridades* 8: 47-53
- Wunenburger, J. J.** (2003) "L'imaginaire". PUF Collection Que Sais-Je, Paris

Recibido el 05 de Junio de 2015

Reenviado el 10 de Julio de 2015

Aceptado el 13 de Julio de 2015

Arbitrado anónimamente

Reseña de Publicaciones

TURISMO Y SEXO EN MÉXICO

Juana A. Norrild
Centro de Investigaciones y Estudios
Turísticos – Buenos Aires - Argentina

Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas. Una perspectiva multidisciplinaria. Álvaro López López y Anne Marie Van Broeck (Coordinadores). Instituto de Geografía – Universidad Nacional Autónoma de México. (Coyoacán, 04510; Ciudad de México, México www.unam.mx) 2013, 418 pp. (figuras, cuadros). ISBN 978-607-02-4953-2.

Esta publicación plantea la dimensión espacial establecida entre el turismo y el sexoservicio en México a partir de la perspectiva de los trabajadores sexuales que se involucran con clientes varones. La prostitución masculina destinada a hombres es el aporte académico novedoso de este trabajo. Analiza la complejidad entre turismo y homoerotismo, reconociendo las múltiples prácticas e identidades sexuales de los actores implicados. Propone y estudia conceptos tales como sexoservicio, comercio sexual, trabajo sexual y prostitución, en el marco de la globalización. Asimismo expone una serie de estudios de caso realizados en la Ciudad de México, Guadalajara, Veracruz, Acapulco, Puerto Vallarta, Cancún y Tijuana.

Son de sumo interés las investigaciones de campo, pues arrojan datos sobre la organización del turismo en diversas ciudades importantes de México, y dan cuenta de la distribución de los puntos focales de la prostitución masculina. Tales aproximaciones establecen el ruedo del negocio y las características y problemáticas de su funcionamiento en cada lugar según las condiciones locales como, por ejemplo, la visibilidad de los sexoservidores y las situaciones de clandestinidad impuesta por los usos y costumbres de los distintos lugares. Una cosa que queda muy clara de estos croquis socio-antropológicos es la notable circulación de cuerpos por toda la nación mexicana ya que, siendo los trabajadores sexuales de origen local, son provistos de sustento por parte de clientes provenientes de todas partes del territorio nacional [...]. También de sumo interés es constatar cómo los hombres se ven a sí mismos en cuanto a las identidades sexuales, especialmente si se ven como gais (término no exento de problemas teóricos por lo que tiene de concepto transnacional impuesto en las culturas locales) o si se ven como cuerpos (híper) masculinos [...] (pp. 12).

Álvaro López López es doctor en geografía y posdoctor en turismo. Mientras que Anne Marie Van Broeck es doctora en antropología. La identidad académica de los mismos se ha trasladado a la publicación permitiendo un resultado multidisciplinario que ha enriquecido notablemente la obra. La misma se divide en tres partes y los hallazgos y tendencias comunes a las siete ciudades de estudio son resultado de un total de 84 entrevistas aplicadas y de las observaciones etnográficas de los investigadores.

La obra surge del proyecto “Dimensión territorial del turismo sexual masculino en México”, coordinado por el Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México con el apoyo financiero del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

Turismo y diversidad sexual

Esta primera parte reúne 4 capítulos. El primero de ellos, a cargo de los coordinadores, establece los aspectos teóricos del turismo asociado con la sexualidad y el homoerotismo. Se expone la plataforma teórica acerca de la relación turismo-homoerotismo-trabajo sexual, tanto a nivel mundial como en México. Se introduce el tema redefiniendo el turismo de sexo como turismo y sexo, agregando una serie de nuevos conceptos que permiten una visión más profunda y actual del fenómeno.

Los autores señalan que *algunos aspectos referidos sobre los varones que se vinculan sexualmente en contextos turísticos son: que los sexoservidores suelen atender más locales que turistas; que el deseo de migrar es una motivación para que los sexoservidores se vinculen con turistas; que las políticas de prevención del VIH en sexoservidores suelen ser ineficaces, en tanto que no contemplan que los sujetos a las que van dirigidas asumen identidades sexuales muy variadas; que los turistas pueden ser una fuente de contagio de infecciones de tipo sexual, pero que también pueden ser una vía para incentivar su protección; la relevancia de los medios impresos y electrónicos para la promoción de sus servicios sexuales, entre otros (pp. 38).*

En el Capítulo 2 Joan Vendrell Ferré analiza la diversidad sexual y de género en el trabajo sexual de los hombres con otros hombres. El autor presenta algunas propuestas y reflexiones teóricas y estudia el trabajo sexual de los hombres con otros hombres en el marco de la globalización de la sexualidad y del turismo sexual en México. Se parte de la perspectiva antropológica social y de los aportes de los estudios de género y diversidad sexual con el objeto de contribuir a la creación de un marco teórico-conceptual que facilite a la geografía la tarea de realizar análisis territoriales de la sexualidad entre varones.

El Capítulo 3 presenta un estudio antropológico de Porfirio Hernández Cabrera sobre el sexo comercial entre hombres en espacios turísticos mexicanos. Se realizan reflexiones teóricas para el análisis geográfico de las múltiples y heterogéneas identidades sexuales y prácticas homo-eróticas de

los hombres que, en el marco del turismo sexual en México, se encuentran implicados en la venta de servicios sexuales a otros hombres. Se parte de la premisa de que los procesos de identificación sexual de estos hombres están en función del campo sexual de la región en que operan y de la dinámica territorial de los espacios turísticos específicos.

El turismo sexual es un concepto muy amplio que incluye clasificaciones; aquí se reconocen dos tipos: aquel cuyo fin expreso es la búsqueda de satisfactores sexuales (por ejemplo el turismo gay) y aquel en el que la actividad sexual se presenta como una oportunidad adicional al motivo de viaje principal (negocios, recreación, experiencia cultural). En ambos casos está presente el ejercicio de la sexualidad, que puede ser producto de un intercambio libre entre las personas participantes (turismo sexual no comercial), o bien derivar de una transacción comercial (turismo sexual comercial) (pp. 63).

Es interesante el planteo que realiza el autor sobre la identidad sexual de los varones estudiados. *Los discursos modernos de la sexualidad parten del supuesto de que todos los hombres que practican sexo con otros hombres lo hacen motivados por una necesidad intrínseca de expresión de una “naturaleza sexual homosexual”, y son identificados, etiquetados y nombrados en razón de una categoría identitaria (la “gay”). No obstante, las relaciones sexuales entre hombres, si bien pueden gestionarse bajo los parámetros de la “identidad gay”, en muchos contextos sociales y culturales se llevan a cabo fuera de esos rígidos marcos identitarios. Como se verá más adelante, esto es cierto tanto en el ámbito del sexo entre hombres sin fines comerciales como en el sexo comercial, y en contextos turísticos como no turísticos (pp. 65).*

Hernández Cabrera realiza un estudio antropológico de la identidad sexual dejando bien claro que desarrollar una identidad gay u homosexual y relacionarse sexualmente con otros hombres (sin que ello implique la asunción de la identidad gay) son dos procesos distintos.

En el capítulo 4 los coordinadores, Anne Marie Van Boreck y Álvaro López López, hacen un análisis teórico de la metodología utilizada para abordar el trabajo sexual masculino en las localidades turísticas de México en los estudios incluidos en la segunda parte de la publicación que formaron parte del proyecto que dio origen a la publicación. El abordaje del trabajo sexual se focalizó en espacios abiertos como calles, playas y plazas comerciales; aunque también se incluyen espacios cerrados como discotecas, baños sauna, casas de cita, departamentos propios (vía Internet), entre otros. *Para el desarrollo de los estudios de caso, en cada una de las siete localidades exploradas en este libro, se adoptaron básicamente dos metodologías que, sin duda, son complementarias: por un lado, un análisis socio-antropológico y por el otro, uno geográfico (pp. 108).*

Turismo y sexo en espacios abiertos: una perspectiva desde los sexoservidores

El Capítulo 5, a cargo de Álvaro López López, aborda el trabajo sexual masculino voluntario entre hombres adultos en los contextos turísticos de la Ciudad de México. En el primer apartado se exponen las circunstancias generales del turismo en la ciudad y se destaca la importancia de la Zona Rosa, área que concentra la infraestructura y oferta de servicios para la recreación y el turismo, dirigidos sobre todo a visitantes que mantienen prácticas homoeróticas. En el segundo apartado se abordan los espacios de homosocialización. En el tercer apartado se identifican los espacios del servicio sexual masculino en la Ciudad de México y las condiciones sociales y legales de esta actividad. Finalmente, en base a 8 entrevistas semidirigidas a trabajadores sexuales varones que operan en la Zona Rosa o están asociados a ella, se aborda la dinámica de la actividad y sus vínculos con el turismo, así como las motivaciones, el uso de espacios, identidades, la seguridad y salud de estos trabajadores.

Algunos sectores turísticos de la Ciudad de México coinciden con los de recreación homoerótica (la Zona Rosa, el Centro Histórico) y éstos a su vez con los de trabajo sexual masculino (varones que venden servicios sexuales a otros varones). La atmósfera de culpabilidad que aún priva entre quienes venden y compran sexo fue descrita hábilmente desde 1969 por José Cevallos en su novela "Después de todo", que narra las andanzas del maestro Lavalle en la Zona Rosa y colonias aledañas, en busca de sexo pagado a jóvenes transeúntes (sobre todo pobres y migrantes) (pp. 150).

El autor concluye diciendo que *son notables los cambios a favor de la diversidad sexual en la Ciudad de México, especialmente en el aspecto legal. Producto de una larga lucha social, académica y política, los derechos obtenidos buscan establecer la igualdad de condiciones para todas las personas, independientemente de su orientación o preferencia sexual. En contraste con estos avances, la práctica del trabajo sexual en general, y del masculino en particular, continúa sumida en la clandestinidad y la vulnerabilidad, condiciones que difícilmente podrán superarse mientras no haya certidumbre legal. Uno de los principales retos de la investigación sobre el trabajo sexual masculino es, así pues, exponer con claridad la situación real de los trabajadores sexuales en términos de sus derechos y condiciones de salud (pp. 180).*

En el Capítulo 6 Javier Pérez Díaz estudia lo que él denomina *prostiturismo* entre hombres en la ciudad de Guadalajara, Jalisco; es decir, la relación existente entre las prácticas turísticas y la prostitución masculina. Se parte de una breve descripción de la dinámica social de la ciudad y del desarrollo de las actividades de sus habitantes y su inserción en el contexto de la globalización. Se examina el vínculo entre la prostitución masculina y las prácticas turísticas. Se presta especial atención a los espacios en los que se dan los contactos entre hombres, así como los lugares en los que concluyen los encuentros sexuales. Se presenta un perfil del sexoservidor, sus actividades y sus expectativas, así como información acerca de las perspectivas que los trabajadores sexuales tienen

de sus clientes y de sí mismos, las maneras en que se dan los contactos, los riesgos asociados a esta actividad y la autodefinición y autoestima del sexoservidor.

Debido a que muchos sexoservidores realizan esta actividad como forma de obtener dinero, para ellos el hecho de tener sexo con otros hombres no modifica en nada su papel de “machín”, pues la mayoría desempeña un papel activo en la relación sexual con sus clientes [...]. La mayoría de los entrevistados cuenta con una pareja del sexo femenino, por lo que al decir de ellos tener sexo con hombres enfatiza su virilidad [...] (pp. 202).

El autor establece que *el trabajo sexual masculino en Guadalajara se concentra en una parte del centro histórico, justo alrededor de la catedral metropolitana, principal atracción turística de la ciudad, y es ahí donde convergen las prácticas turísticas y el sexo-servicio de hombre a hombre. Además, esta ciudad ofrece la condiciones necesarias para el llamado “prostiturismo”, debido a que cuenta (muy cerca de la zona de las plazas) con una vasta oferta de hoteles que facilitan los intercambios sexuales entre los sexoservidores y los visitantes (pp. 203).*

En el Capítulo 7 Rosío Córdova Plaza examina los aspectos que le imprimen al puerto de Veracruz un carácter singular en el ámbito del turismo sexual de varones que demandan sexo-servicio masculino en México. Se analiza la manera en que el tipo de turismo homoerótico comercial contribuye a la persistencia de identidades sexuales y de género más ligadas a las concepciones de un modelo de sexualidad “tradicional”. El turismo con fines sexuales en el puerto de Veracruz se encuentra segregado en función de la clase social, la distribución territorial de las áreas de oferta y demanda de servicios, y la procedencia de los turistas.

Como popular destino de playa, Veracruz presenta importantes tasas de afluencia turística en las temporadas vacacionales y las festividades locales [...]. Algunos arriban con la intención de tener relaciones sexuales en un ámbito de anonimato; para otros, los encuentros sexuales son parte del conjunto de actividades de entretenimiento; y otros aprovechan la gran concentración de personas para trabajar ejerciendo la prostitución (pp. 223).

En el Capítulo 8, Salvador Vargas Rojas y Brenda Alcalá Escamilla, exponen los aspectos territoriales de la prostitución masculina vinculada al turismo sexual en Acapulco. Este estudio se centra en los aspectos territoriales de las relaciones entre sexo-servidores y turistas. El análisis parte de una revisión del contexto histórico y turístico de Acapulco, con el fin de destacar su importancia como destino de playa nacional e internacional. Se ofrece una tipología de los lugares que recorren los sexoservidores para llevar a cabo sus encuentros homoeróticos y se analiza el proceso de “iniciación” del sexoservidor, las relaciones que establece con el turista/cliente y los vínculos afectivos que surgen de estas relaciones.

La dinámica económica de Acapulco, como puerto y como destino turístico ha propiciado desde siempre el flujo constante de colectivos masculinos proclives a solicitar servicios sexuales: militares, marinos, inmigrantes y más recientemente turistas, hombres de negocios y personal de empresas o instituciones que asiste a congresos y convenciones; una población flotante que incluye personas que están dispuestas a pagar por satisfacer deseos sexuales que no se permitirían contemplar en su lugar de residencia, o que simplemente desean vivir una experiencia distinta. Si bien el turismo no es la causa de la prostitución masculina, sí ha contribuido a su desarrollo (pp. 260).

En el Capítulo 9 Cristóbal Mendoza y Patricia Medina analizan el turismo sexual gay en Puerto Vallarta. El mismo se centra en hombres que realizan trabajo sexual con otros hombres en el marco de las vacaciones. Para contextualizar el estudio se establecen las características de la ciudad como destino del turismo internacional y del turismo gay. Se abordan los espacios y las temporalidades del turismo sexual en la localidad y la falta de separación entre los tiempos personales y los laborales de los entrevistados. Se realizaron entrevistas con sexoservidores masculinos en la zona conocida como “Viejo Vallarta”. También se reflexiona sobre el rol de Puerto Vallarta como lugar de liberación ya que algunos entrevistados provienen de contextos difíciles y homofóbicos, y se analiza su ingreso en la prostitución que suele producirse de forma fortuita. Además, se analiza el cuerpo desde una doble perspectiva: como construcción social y como mercancía de intercambio. Finalmente se analizan los significados de los procesos identitarios de los trabajadores sexuales en el marco de las relaciones homoeróticas.

En el contexto del turismo sexual en Puerto Vallarta, se observan varias pautas de comportamiento que se repiten en las entrevistas. Por un lado, el miedo a la vejez y a la degradación física, a pesar de que la mayoría de los trabajadores sexuales contactados afirmó que el turista se interesaba principalmente en la búsqueda de lo exótico (o en sus palabras la búsqueda de “lo mexicano”, asociado a un cierto color de piel, unos atributos o una actitud “masculina”) y en otros casos, la compañía (y no tanto el sexo). Por otro lado, los tiempos y los espacios de la prostitución están profundamente marcados por la dinámica del turismo extranjero homosexual que reproduce unos horarios y unos lugares de diversión muy pautados (una cierta “cotidianidad”). Más importante, sin embargo, es el hecho de que para la mayoría de los entrevistados la prostitución es mucho más que un trabajo. Su vida, a veces desenfadada a veces no, transcurre en un mundo creado en torno a esta actividad que en esencia reproduce el mismo “circuito” gay de los turistas, con la única diferencia de que cobran por ejercerla. Esta imbricación de tiempos y espacios es tal que algunos entrevistados no distinguen entre su vida personal y profesional, e incluso asimilan ciertos discursos y pautas de su trabajo en sus relaciones de pareja (pp. 290).

El Capítulo 10, a cargo de Lucinda Arroyo Arcos y Karina Amador Soriano, se refiere al turismo y la prostitución masculina en Cancún. El mismo presenta los resultados de una investigación acerca de las relaciones del turismo con la prostitución masculina en esta ciudad. El trabajo de campo consistió en el levantamiento de datos mediante siete recorridos de la zona, la observación

participante de las actividades de los sexoservidores y el análisis de las entrevistas en profundidad a catorce de ellos. Éstas permitieron obtener el perfil de los sexoservidores en cuanto a la forma en la que ofertan sus servicios y establecen el contacto con sus clientes, su movilidad, el tipo de vínculo que establecen con los turistas, el estereotipo que éstos les hacen adoptar, su autodefinición, su autoestima, los riesgos de salud, la forma de organizarse y sus expectativas a corto, mediano y largo plazo.

Cabe mencionar que una pieza clave para el vínculo entre turistas y el comercio sexual son los taxistas, que conocen a la perfección la ubicación de los espacios y además son beneficiados con el pago del servicio de transporte y comisiones adicionales [...]. Asimismo, el estudio refleja que la prostitución deja de ser exclusiva de los sectores de bajos recursos y existe una creciente participación en este ambiente de jóvenes de distintas clases sociales que ofrecen sus servicios de una forma más sofisticada, haciendo uso de los medios de comunicación como avisos en periódicos, páginas web, e-mail y más directa o independientemente con tarjetas de presentación que son distribuidas a través de los taxistas, quienes realizan el contacto con el sexo-servidor una vez que tienen la solicitud de un cliente a cambio de una comisión (pp. 317).

En el Capítulo 11 Ruth Gaxiola Aldama y Nora Bringas R. analizan el turismo sexual y la prostitución de varones en Tijuana. Se parte del supuesto de que el uso y la apropiación de ciertos espacios, tanto por los sexoservidores como por los turistas sexuales, pueden ser diferenciados según el tipo de espacio (abiertos/cerrados) o el horario (día/noche); y que también dependerá de la interacción de factores como la accesibilidad, la oportunidad y las restricciones impuestas por la sociedad donde se desarrolla. Hay que decir que Tijuana creció con el estigma de la ilegalidad a cuestas debido al desarrollo de movimientos moralistas en Estados Unidos que prohibían las apuestas, los juegos de azar y la venta de alcohol convirtiendo a esta ciudad en el sitio adecuado para llevar a cabo actividades vetadas en el vecino país.

Un estudio de caso sobre turismo masculino e Internet

En el capítulo 12 Álvaro Sánchez Crispín examina desde un punto de vista territorial la existencia de lugares clandestinos de encuentro homoerótico (LCEH) en México. Se estudian los negocios, establecimientos y otros sectores urbanos de encuentro homoerótico abierto o encubierto que se transforman en el escenario de la apetencia sexual en lugares secretos. Los datos relevados surgen del sitio web “*clandestinogay.com*”, un portal de acceso gratuito que funcionó entre 2005 y 2010 con información confiable y actualizada sobre lugares clandestinos de encuentro homoerótico en América Latina, España y Estados Unidos.

Como conclusión se resalta que a partir de las entrevistas y de los resultados de la investigación que da origen a esta publicación se pudo detectar que los clientes en las áreas tradicionales son más bien visitantes locales o regionales que a menudo esconden sus prácticas homoeróticas y a quienes

los sexoservidores se refieren como “tapados” (o “enclosados”), mientras que los turistas internacionales que por lo general se sienten más cómodos con su identidad “gay” suelen frecuentar las áreas en las que domina la “cultura gay”. Esto marca una clara diferenciación identitaria entre los turistas.

Finalmente, vale destacar que los coordinadores de esta publicación, Álvaro López López y Anne Marie Van Broeck, también han asumido la tarea de coordinar este número especial de Estudios y Perspectivas en Turismo.

Para mayor información la dirección electrónica de Juana A. Norrild es janorrild@gmail.com

Solicitado el 16 de marzo de 2015

Recibido el 30 de marzo de 2015

Estudios y Perspectivas en Turismo es una publicación que analiza al turismo desde la óptica de las ciencias sociales y constituye un foro interdisciplinario para la expansión de las fronteras del conocimiento en la materia.

Estudios y Perspectivas en Turismo contiene artículos arbitrados anonimamente que versan sobre los variados aspectos del fenómeno turístico: económico, social, geográfico, antropológico, ecológico, psicológico, etc.

Estudios y Perspectivas en Turismo cuenta con secciones fijas como por ejemplo:

- Documentos Especiales, que incluye ensayos al igual que trabajos esencialmente descriptivos considerados de interés para los estudiosos de la especialidad y reportes de investigación.
- Reseña de Publicaciones, pensada para dar cabida a comentarios de libros y de revistas que contengan temas relacionados con el turismo.
- Crónica de Eventos, donde se ofrece una síntesis de reuniones tanto de carácter nacional como internacional.

Estudios y Perspectivas en Turismo se encuentra indizada en:

C.I.R.E.T. // Latindex // Qualis // SciELO // Unired // Redalyc
EBSCO // DIALNET // Informe Académico y Academic OneFile

Ha sido incorporada al Núcleo Básico de Revistas Científicas Argentinas por Resolución 1071/07 del CONICET y renovada por el período agosto 2010 - julio 2013, según nota del 24 de noviembre de 2010 de CAICYT - CONICET.