

Configuración de espacios turísticos LGBT friendly, el caso de Puerto Vallarta, Jalisco: reflexiones teórico-metodológicas

Jesús Otoniel Sosa Rodríguez¹

Resumen

En esta ponencia, el autor se propone compartir y reflexionar los avances de su tesis doctoral denominada "Configuración de espacios turísticos LGBT friendly, el caso de Puerto Vallarta, Jalisco", que se ha realizado en el Doctorado de Estudios Científico-Sociales del ITESO. Las reflexiones y discusiones están pensadas y articuladas con base en tres apartados fundamentales de la investigación: 1) el planteamiento del problema, propuesto y discutido desde las ciencias sociales; 2) las herramientas teóricas que han sido fundamentales en el desarrollo de la investigación y; 3) la metodología que han sido pilar en la construcción del conocimiento. El objetivo de la investigación es analizar el proceso de configuración de un espacio turístico "LGBT friendly" a través de las prácticas sociales y relaciones que sostienen los diferentes actores que participan en el fenómeno del turismo en Puerto Vallarta, Jalisco, México.

Palabras clave

Turismo, Espacio, LGBT, Teoría, Metodología

Introducción

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

¹ Estudiante del Doctorado en Estudios Científico-Sociales del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO) y profesor-investigador de tiempo completo de la Universidad de Colima. Correos electrónicos: cs705869@iteso.mx; otonielsosa@uol.mx

El turismo como fenómeno social contemporáneo, tiene una importancia económica en los países y de manera especial en el nuestro, ocupa el tercer lugar como fuente generadora de divisas en México después de las remesas enviadas del extranjero y la exportación del petróleo.

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

El objetivo principal en este documento es presentar reflexiones y discusiones pensadas y articuladas con base en tres apartados fundamentales de la investigación: 1) el planteamiento del problema, propuesto y discutido desde las ciencias sociales; 2) las referencias teóricas-conceptuales contextualizadas en la investigación, y; 3) la metodología que ha sido pilar en la construcción del conocimiento.

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

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

La investigación fue realizada bajo el paradigma del constructivismo y abordada mediante una metodología mixta, el método etnográfico (cualitativo) complementado por el método de análisis de redes sociales (cuantitativo). La instrumentación está basada en observación, entrevistas etnográfica e investigación documental.

En esta ponencia se presentan avances de la tesis de investigación doctoral en la que se ha trabajado a lo largo de más de tres años a partir del verano de 2015. La investigación está construida en siete capítulos y reflexiones finales centradas en las conclusiones y ya se

encuentra en etapa de borrador, en este congreso/documento se discute: 1. Orden social y espacio turístico LGBT friendly en Puerto Vallarta; 2. Las herramientas teórico-conceptuales fundamentales y; 3. La metodología para investigar el espacio turístico LGBT friendly en Puerto Vallarta.

Resulta necesario evidenciar el discurso del Estado mexicano respecto al "segmento turístico especializado LGBT friendly" y sus implicaciones en la sociedad, instalando un debate que tiene como centro el territorio como espacio/destino turístico, vinculado a los conceptos de discurso, espacio público, la (hetero)sexualidad como dispositivo de poder, anclaje, apropiación territorial y gueto. El discurso del gobierno oficial en su capacidad de *nombrar*, denomina como "destinos LGBT friendly" a ocho territorios del país (Cancún, Ciudad de México, Puerto Vallarta, Guadalajara, Veracruz, Yucatán, Morelos y Oaxaca), lo cual abre la discusión respecto a la necesidad de generar espacios turísticos para una parte de la sociedad, sujetos de la comunidad LGBT (Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transexuales) y que dicha comunidad lo reconozca como un triunfo o es una forma de dominación simbólica que se tiene para dibujar "un gueto invisible" que parece haber sido naturalizado y nombrado por el poder.

La estructura dominante, aquella que ha impuesto e institucionalizado las normas, prácticas y discursos procura mantener el orden social, es decir, que nadie salga de la normalización (Foucault, 2001), lo cual no ha impedido que se generen resistencias contra dicho modelo: movimientos gays (LGBT), de diversidad, de "orgullo", entre otros, colectivos que han logrado reaccionar y establecer estrategias que les ha permitido "resistir", pues lo que buscan son espacios de "libertad", espacios para "ser ellos mismos", en los cuales puedan interactuar y aunque no transforman por completo el modelo heteronormativo, sí buscan dar entrada a nuevas y diversas formas de sexualidad.

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

Más allá del lugar común y de las retóricas oficialistas, encarar la pregunta por las transformaciones de lo público en México (y en el mundo), en el contexto de múltiples urgencias y acelerados cambios que nos habitan, no es una tarea sencilla, porque son muchos y muy complejos los territorios que en el país demandan análisis y reflexión de fondo y porque esta complejidad desborda los márgenes restringidos de las disciplinas académicas y los campos de saberes especializados. (Reguillo, 2010:1)

El 13 de febrero de 2013, el Presidente de República dio a conocer la Política Nacional Turística (PNT) y las directrices que guiarían el sector durante los siguientes años,

con la finalidad de aprovechar el potencial turístico de México, generar una mayor derrama económica en el país y hacer del turismo una palanca del desarrollo y bienestar social. Respecto al turismo Lésbico, Gay, Bisexual y Transgénero (LGBT), la Secretaría de Turismo del gobierno federal (SECTUR) informó que durante 2013 se realizaron los inventarios de prestadores de servicios especializados para dicho segmento, con el fin de “conocer la oferta existente en nuestro país”, es decir, dicho sector no era visible para el gobierno federal hasta el sexenio del presidente Enrique Peña Nieto.

Cabe hacer mención que en el año 2013, la senadora Luz María Beristain Navarrete presentó una propuesta para que se creara una subsecretaría de Diversidad Sexual que pudiera promover el turismo LGBTTTTI², el discurso tenía como base que dicho “mercado turístico” era importante para el crecimiento de la economía del país:

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

Apuntalando el primer discurso, en el año 2014, fue publicado en el periódico El financiero, una gráfica que representaba la derrama económica generada por el mercado LGBT a través del turismo en México, la información tenía como base información proporcionada por la Organización Mundial de Turismo (OMT).



² LGBTTTTI: Lesbianas, Gays, Bisexuales, Travestis, Transgéneros, Transexuales e Intersexuales.

Fuente: Alcántara, 2014 en periódico “El Financiero”

De acuerdo a la figura uno, la derrama económica promedio en una estancia de un turista tradicional es de 600 dólares americanos, mientras que el turista de negocios genera 1,500 dólares y los turistas LGBT generan una derrama económica de 1,600 dólares, lo que hace visible un notorio interés por parte de las autoridades federales para incentivar los destinos turísticos LGBT. Cabe hacer mención que, de acuerdo a las estadísticas del Banco de México en 2015, en la cuenta de viajeros, el turista internacional derrama en promedio 230 dólares en nuestro país por noche.

En el mismo año, el 14 de abril, salió publicado un dictamen que emitió la comisión de Turismo de la Cámara de Senadores, aprobando con punto de acuerdo:

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

Cabe señalar que en las administraciones federales anteriores a la encabezada por el presidente de México, Enrique Peña Nieto, la referencia hacia el turismo LGBT o ahora ***nombrado*** por la administración 2012-2018 como “LGBT friendly o gay friendly” había sido nula, sin embargo, con la exhortación emitida por la cámara de Senadores en 2014, la situación parece haber cambiado e inician acciones para fortalecer “este mercado” o sector “especializado”

El primer discurso oficial del gobierno federal, que permite nombrar y hacer visible para la sociedad los destinos “LGBT friendly” es el siguiente:

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

Desde el año 2015 a la fecha, el discurso del gobierno federal es apoyar con inversión a los destinos turísticos “LGBT friendly”; y el pasado 17 de diciembre de 2015 la Secretaría de Turismo del Gobierno Federal, continuó con la campaña de atracción de turistas gays, en la

cual publicó “Recuerda que #México tiene estados para poder realizar tu matrimonio y te lleves recuerdos únicos.” y aparecía una pareja de hombres, haciendo alusión al matrimonio gay en México, lo anterior ha causado revuelo en la comunidad de Facebook, lugar en el cual fue publicada la nota, y al 10 de abril de 2016, la nota tiene 849 comentarios (positivos y negativos del matrimonio gay y la homosexualidad), 11,193 likes o “me gusta” y ha sido compartida 2,582 veces.

Figura 2. Promoción del turismo a través del matrimonio igualitario



Fuente: (Secretaría de Turismo de México, 2015)

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

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

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

Con base en la entrevista realizada a Domínguez³ (2017), se presenta lo que implica en turismo LGBT en la política nacional. La idea del segmento turístico LGBT en México fue concebida durante la administración de la Secretaria de Turismo, la licenciada Gloria Guevara, quien en 2012, pensó en crear y fomentar un producto turístico gay friendly tipo Puerto Vallarta y Cancún (que ya lo tenían de forma innata), pero "ordenado y organizado", sin embargo, fue en 2013 que se dio la declaración de que se iniciaría con un levantamiento de inventario del producto turístico en el país (documentado en páginas previas de este documento) y se inició un nuevo proceso, el cual consistió en capacitar a empresarios y gobiernos para acceder a una acreditación "LGBT friendly" que les daría el reconocimiento y aval para operar como espacio amigable con la comunidad LGBT.

Para cerrar con el discurso oficial mexicano, en marzo de 2017, se publicó el comunicado 42 de Sectur, en cual se informa de nuevas estrategias de diversificación para el turismo LGBT, "Sectur organizó un viaje de familiarización para operadores turísticos del segmento LGBT por el estado de Morelos, para conocer la "Experiencia LGBT", rubro que obtuvo el premio a la "Diversificación del Producto Turístico 2016" del pasado Tianguis Turístico de México y del "Mejor Producto de Turismo Activo Internacional" en la Feria Internacional de Turismo (Fitur) 2017" (Sectur, 2017a)

Discusión entorno a orden socio-sexual en un destino turístico LGBT: Puerto Vallarta

A través del discurso oficial presentado previamente, pareciera que es sólo es un tema de espacio turístico LGBT, mercado/sector especializado o turismo LGBT, sin embargo, se coloca a discusión que la disputa real es por el orden socio/sexual de una sociedad que está basada en la heteronormatividad y que se ve amenazada por prácticas socioafectivas, sexuales y amorosas que salen de la norma y que al parecer necesitan de espacios y rutas turísticas que se debe crear para poder sostener una cuestión "friendly/ amigable" para personas LGBT, enmarcadas en un contexto en el cual la derrama económica de dichos turistas tiene un contrapeso importante cuando de orden socio-sexual se trata:

De manera paralela los actores sociales divergentes o contrarios a ese orden social

³ Entrevista realizada en la Secretaría de Turismo federal (Ciudad de México) con la responsable del turismo LGBT en México, licenciada Paulina Domínguez Aguilar, Subdirectora de la Dirección General de Innovación del Producto Turístico, adscrita a la Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico.

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

En este caso, el espacio público, suele ser un punto de conflicto y tensión, ya que las personas que no son heterosexuales pueden pedir un espacio para ellos (Pritchard et al, 2002; Rushbrook, 2002, Sibalis, 2004).

2. La zona romántica de Puerto Vallarta: al otro lado del río... teoría en juego

Hablar de Puerto Vallarta como destino LGBT friendly, es decir mucho, pues en realidad es una zona específica la que ha recibido esta “carga-beneficio”, en realidad se trata de cruzar el río Cuale ubicado en el centro de Puerto Vallarta, para considerar que has entrado a la zona gay, en la cual, la gente (habitantes, trabajadores, turistas, empresarios, la policía) hace del espacio un lugar “diferente”, en el cual los sujetos de la comunidad gay, “*se sienten libres y protegidos para poder ser ellos mismos*” (Ersoy et al., 2012; Blichfeldt et al., 2013).

La vida de la comunidad y turistas LGBT que visitan Puerto Vallarta, ha girado entorno a la denominada zona romántica, al cruzar el río Cuale (véase mapa 1), el territorio se transforma y parece ser otro, se ven gays en grupo(s) (amigos), hombres con cuerpos casi al desnudo, pero también están los turistas y receptores “no LGBT”, es decir, en el espacio también se perciben “heterosexuales”; sin embargo, conforme pasan las horas y cae la noche, parece que la zona es más visible en términos gays, pues la apertura de lugares “gay friendly” como restaurantes, bares, saunas, discotecas, etc., hace que los sujetos LGBT sean más visibles (por su cantidad y forma de expresión), y es así como dicho colectivo logra validar su identidad gay con el resto de los participantes en el destino.

Mapa 1 . Zona Romántica en Puerto Vallarta, Jalisco

Fuente: elaboración propia con la herramienta google maps.

En este sentido, son las relaciones y las prácticas establecidas por las personas las que logran configurar los espacios-territorios a través del tiempo, configurando la manera de relacionarse, interactuar y en un sentido práctico apropiarse de un territorio, tal es el caso de la comunidad LGBT que como movimiento busca manifestarse para hacer valer sus derechos.

Para Reguillo (1999) el espacio público se concibe como *“el espacio de comunicación...el lugar donde confluyen, se tocan, negocian, se enfrentan los diversos grupos sociales que conforman la sociedad, sobre temas y asuntos de interés público...conexión comunicativa entre dos ámbitos: el de los ciudadanos privados, dispersos y fragmentados, y el de las instituciones sociales (políticas, religiosas, culturales, económicas) –que administran y controlan diferentes campos de la vida social”* En este sentido, una de las instituciones sociales predominantes en nuestro país, el gobierno (presidencia, cámara de diputados y senadores), ha manifestado y hecho público una de las preocupaciones internacionales: la posibilidad de que un conjunto de sujetos (comunidad LGBT) tengan espacios turísticos de recreación y esparcimiento, es decir, el gobierno ha llevado al espacio público a través de la publicidad “las preocupaciones generadas en ese ámbito”.

El espacio público en México es controlado por el Estado y es “resultado de la articulación de formas, normas y procedimientos de carácter histórico que orientan y dan forma al debate y cuya configuración pasa por la estructuras y modalidades del ejercicio del poder” (Reguillo, 1999:377). En el caso particular del debate generado respecto al turismo gay, la tensión se manifiesta precisamente por los espacios en los cuales, los sujetos gay pueden ser visibilizados por la sociedad, y puedan realizar las prácticas sociales (turísticas), que si bien pueden ser comunes u homogéneas en cualquier turista, pareciera que hay una diferencia por la sexualidad de los individuos, por lo que, se ha utilizado el espacio público para “debatir” los lugares apropiados para este tipo de turistas, utilizando el discurso como dispositivo de poder.

Recurriendo a Foucault (2001), el poder no se posee, se ejerce y es a través de diferentes y complejos procesos que se logra naturalizar un orden de dominación y contención de los límites. Aunque la globalización⁴ ha permitido formular teorías acerca de la desterritorialización, con la creación de una “aldea global” que contiene a todos los territorios

⁴ Entendida como “fenómeno sui generis que conlleva un cambio cualitativo de los dispositivos mundiales de poder” (Castro-Gómez, 2000)

y permite la deslocalización de los recursos, para Giménez “los territorios siguen siendo actores económicos y políticos importantes y siguen funcionando como espacios estratégicos, como soportes privilegiados de la actividad simbólica y como lugares de inscripción de las “excepciones culturales”, pese a la presión homologante de la globalización” (Giménez, 2000:90).

El territorio en términos conceptuales básicos es conceptualizado como una parte de la superficie terrestre habitada por personas, sin embargo, para el autor es entendido como espacio valorizado y apropiado por un conjunto de personas, en donde interviene un simbolismo y carga de significado (Valera, 1993; Giménez, 2000; Gustafson, 2001) y que se materializa a través de diferentes relaciones espacio-temporales, producto derivado del hombre, se construye a través de una delimitación gráfica, sin embargo, tiene connotaciones socio-culturales al momento de ser definido.

El territorio se considera como resultado de *la apropiación y valoración* que se le da a un espacio (Giménez, 2000; Valera, 1993, Vidal, 2005) y dicha apropiación puede ser analizada desde un aspecto utilitario del espacio, al aprovechar y explotar el territorio (instrumental-funcional) o bien puede ser visto como *un espacio de sedimentación de simbolismos y cultura, en el cual se desarrolla sentimientos de apego* (Altman y Low, 1992; Giménez, 2000; Vidal y Pol, 2005) que permiten lograr una relación de identidad-apego colectiva que generará un sentido de apropiación en los sujetos que interactúan y se relacionan en el territorio.

El mundo se desterritorializa, es cierto, con respecto al quiebre de un centro con la periferia, con respecto al discurso de un mercado que se globaliza, con respecto a Internet y sus redes virtuales, pero solo para volver a relocalizarse, a reterritorializarse, es decir a establecer sus nuevas coordenadas de operación. Quizás uno de los elementos más pertinentes de estos procesos en relación con las culturas juveniles es lo que podríamos denominar “invención del territorio”, noción que permita trabajar la relación entre la reorganización geopolítica del mundo y la construcción-apropiación que hacen los jóvenes de “nuevos” espacios a los que dotan de sentidos diversos al trastocar o invertir los usos definidos desde los poderes. (Reguillo, 2000:28)

Sostengo que, los colectivos (turistas y locales) han logrado transformar el territorio, dotándolo de significados y significaciones, que aunque para muchos parecieran espacios “excluyentes” por ser considerados espacios “gays”, esas exclusiones de orden social han generado alteraciones a lo que Reguillo (2015) denomina como “anclajes de sentido”:

...apropiación del mundo que se traduce luego en imaginarios compartidos con comunidades afines y en términos generales con proyectos dominantes configurados en largos tiempos históricos y sostenidos por diferentes dispositivos simbólicos como los medios de comunicación, la escuela, la familia, el Estado. El sentido, la interpretación de fondo que elaboramos (y poseemos) del mundo, de las cosas, de las relaciones, de nosotros mismos queda “anclado” pero no sujeto a las configuraciones culturales a través de las cuales interpretamos y actuamos sobre el mundo. (Reguillo, 2015:6)

Por lo anterior, se puede decir que el territorio puede ser visto como un lugar al que la sociedad le destina ciertas características de organización como espacio y en el cual se desarrollarán determinadas actividades sociales, económicas y políticas, sin embargo, el territorio también es un espacio en el que el simbolismo y ciertos significados son proyectados por los actores sociales que interactúan en el espacio, provocando apegos afectivos y símbolos de pertenencia territorial que quedan “anclados” pero no sujetos a las configuraciones culturales.

Giménez (2000:103) sostiene que la pertenencia socioterritorial “designa el estatus de pertenencia a una colectividad, caracterizada prevalentemente en sentido territorial, es decir, en el sentido de que la dimensión territorial caracteriza de modo relevante la estructura misma de la colectividad y de los roles asumidos por los actores”. Tal es el caso de los turistas LGBT que llegan a sentir que el territorio representa un papel simbólico en un contexto en el cual sus prácticas sociales son respetadas y en donde las interacciones con la comunidad receptora permiten un involucramiento sociocultural que permite la adhesión compartida al complejo simbólico-cultural de la colectividad, dentro de la cual el territorio desempeña un papel central.

La guetización como “amor del gueto” que describe Bourdieu (2015), es una propuesta más que sustento, para analizar el territorio y las prácticas sociales que se realizan en el, pues es a través de ese espacio delimitado geo-espacialmente, que los individuos deciden vivirlo, de manera “forzada o libre”, y que no deja de ser un gueto; a lo que Bourdieu reacciona preguntando: “¿Cómo, en términos más realistas, es decir, más políticos, se puede evitar que las conquistas del movimiento no acaben en una forma de *guetización*?”

El sociólogo francés Loïc Wacquant es quien acuña la construcción sociológica del gueto (propuesta del autor de este documento para discutir los destinos LGBT friendly), proponiendo dos propósitos de este y cuatro elementos que lo constituyen:

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

Si uno apuesta por la teoría propuesta por Wacquant (2004), se logra descifrar que los cuatro elementos constitutivos que él propone, están claramente identificables en el destino vallartense “LGBT friendly”, lo interesante de la propuesta, radica justamente en visualizar las dos caras del gueto, como arma y como escudo, implicando que, al grado en el que lo

completo de sus instituciones, la autonomía se reduce, su papel protector para el grupo subordinado disminuye y está en riesgo de ser avasallado por su modalidad excluyente.

La propuesta de Wacquant, es potente para (re)pensar el sentido de apropiación/delimitación de un territorio como la *zona romántica* de Puerto Vallarta, que parece estar dibujada para que un grupo minoritario puede llevar a cabo prácticas sociales turísticas sin que provoquen un (des)orden heteronormado en los demás espacios de la ciudad.

3. Las herramientas metodológicas para investigar el espacio turístico LGBT friendly en Puerto Vallarta

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

a) el conocimiento depende de nuestros sentidos; b) conceptos, esquemas lógicos, y; c) lenguaje e instrumentos, se alinean con el método etnográfico, además, se entiende que bajo este paradigma no existe una, sino múltiples realidades, y éstas son socialmente construidas a través de la interacción social (Ariza y Velasco, citadas en Montes de Oca, 2016:4)

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

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

sosteniendo una hipótesis de trabajo:

La configuración de espacios turísticos “LGBT friendly” está determinada por las prácticas afectivas, amorosas, económicas y sexuales, entendidas como prácticas sociales que realizan los sujetos LGBT y que se encuentran legitimadas por las relaciones de poder (culturales, económicas y políticas) que mantienen los diversos actores (turistas, residentes, asociaciones y gobierno). La tensión que prevalece en la configuración del espacio, es la aceptación/rechazo de una parte de la sociedad (turistas y/o residentes LGBT) que no encajan en el orden heteronormativo, al realizar prácticas que no son "respetadas" en el orden socio-sexual vigente que prevalece en la cultura tradicional mexicana. Por lo que con base en el discurso el gobierno federal mexicano e instituciones internacionales, se *crean destinos turísticos "especializados"* para que dicho segmento pueda vacacionar y realizar *sus prácticas sociales* “libremente”, sin alterar el orden social establecido.

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

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

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

En el caso de la red social que se analizará, tiene como base dos elementos: una población de actores (turistas, residentes, empresarios, asociaciones y gobierno) y una relación medible (a través de sus contactos o líneas de acción). La forma en que se representará la red social es a través de gráficas y matrices como estructuras básicas de información. En las gráficas los actores se focalizan en nodos, mientras que sus relaciones se

representan con líneas de dirección, arcos y aristas. Las gráficas tendrán tres funciones en tanto a modelos de redes sociales: 1) servir de modelo representativo de la red; 2) mostrar propiedades espaciales de la red, y; 3) aplicar conceptos de la teoría de gráficas para formalizar dichas propiedades (Faust, citada en Gil y Schmidt, 2002:5-6). La primera forma de análisis que se pretende hacer en el proyecto de investigación a través de las redes sociales es a través de los "lazos o nexos" entre las entidades (individuos o instituciones), identificando y analizando los vínculos que se generan para alcanzar un fin, caracterizando qué relaciones son más fuertes, en tanto a capitales, que permiten configurar el espacio turístico "LGBT friendly". De acuerdo a Faust:

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

Otra forma de analizar a través de las redes sociales, será sobre el rol de los lazos, en términos de Faust:

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

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

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

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

El diseño en esta investigación tiene como base el método etnográfico el cual tiene como instrumentos de investigación las entrevistas etnográficas, observación participante y documentación in situ. La duración del trabajo de campo de campo inició en agosto de 2017 y se prolongará hasta diciembre de 2018, ya que el trabajo de campo incluirá la redacción del documento in situ, con la finalidad de obtener mayor profundidad y mayor capacidad para relacionar distintos datos construidos durante la experiencia etnográfica y que pudieran parecer inconexos (Restrepo, 2016).

Los conceptos clave a lo largo de todo el proceso de investigación que se analizarán son: espacio, prácticas sociales (afectivas, amorosas, económicas y sexuales), actores sociales: turistas (Heterosexuales, Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transexuales), Residentes (nacionales y extranjeros); empresarios (formales e informales), Asociaciones y gobierno municipal, la caracterización de los actores fue realizada durante el trabajo de campo y se presenta en este documento en la sección del trabajo de campo.

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

La técnica usada para registrar los datos encontrados a través de la observación participante han sido las notas de campo (diario de campo) y el registro fotográfico y de material impreso (revistas de esparcimiento), tal cual lo sugiere Sánchez en (Tarrés, 2001:112), en algunos momentos se toman notas con el celular con el fin de no llamar la atención y posteriormente se pasan al diario de campo que se lleva en electrónico.

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

Durante el registro de las notas de campo se fecharon el día registrado y en algunas ocasiones se marcó hasta la hora para revisar si existen diferencias en las actividades registradas, son tituladas, contextualizadas, y se usan comillas para referirse a lo dicho por los "informantes" aunque la información pudiera no ser textual (se intenta el registro textual "de memoria" cuando no se tiene acceso a grabación de entrevistas); se utilizan seudónimos si es necesario por privacidad de cada informante⁵. Los comentarios que se realizaron como investigador (emociones y motivaciones de las personas observadas) fueron identificadas para acudir al proceso de reflexividad en el análisis las cuales fueron registradas en algunas notas de campo.

Incorporado a las notas de campo, se encuentra la descripción del espacio físico, las actividades relacionadas entre sí que la gente lleva a cabo y, las metas que la gente intenta cumplir (Spreadley, citado en Hammersley y Atkinson, 2001:173). Cabe hacer mención que la observación participante se planteó con el objetivo de acudir e interactuar en actividades que se realicen en espacios y tiempos determinados durante al menos 3 días a la semana.

Se documentó con fotos, videos y notas referentes a: a) tipo de personas que transitan (hombres, mujeres, familias, niños, etc.); b) forma en la que visten para poder tratar de diferenciar entre turistas/locales; c) actividades que realizan las personas que están en el área; d) emociones detectadas audiovisualmente; f) el clima y su efecto en las personas. De lo planteado en las guías de observación, se agrega que en diferentes horarios se frecuentaron eventos sociales, culturales e incluso se acudió a diversas reuniones de trabajo con asociaciones que influyen en la configuración de Puerto Vallarta como destino turístico LGBT friendly.

Aunado a la observación, se realizaron entrevistas etnográficas, que como Hammersley y Atkinson (2001) enfatizan, no difieren de las "entrevistas de cuestionarios" en

⁵ Siempre se le pregunta al informante si desea que se deje su nombre real en el proyecto de investigación o si prefiere que le ponga algún seudónimo con fines de privacidad.

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

El proceso de muestreo en este estudio tiene como base la propuesta realizada por Ruiz e Ispizúa, citados por Sánchez Tarrés: a) *opinático*, a través del cual se identificarán grupos y personas que se reconocen como detentores de información, "sujetos centrales dentro de la estructura social"; b) *estratégico*, la ubicación de protagonistas, que son principales en el lugar estudiado ; c) *embudo*, aproximación progresiva a los "focos de interés", y ; d) *accidental*, al encontrar de manera espontánea contextos o informantes relevantes en la investigación (2001:116). Así que se ha determinado hasta este momento que se debe contar al menos con tres sujetos diferentes por cada actor que fue definido en el trabajo de campo: Residentes, Turistas, Asociaciones, Empresarios y Gobierno.

Para realizar las entrevistas etnográficas, se optó por el muestreo teórico: "¿quién, cuándo y cómo? se decidirá conforme la investigación se desarrolle y de acuerdo al estado de conocimientos que posea el investigador (Glaser y Strauss, citados en Hammersley y Atkinson, 2001;132). La etnografía llevada a cabo con base en observación y entrevistas permitirá atender "*la reflexividad fundamental*: el hecho de que formamos parte del mundo social que estudiamos y que dependemos del conocimiento basado en el sentido común" (Hammersley y Atkinson, 2001:36). Durante el procesamiento de análisis, Hammersley y Atkinson (2001) recomiendan: 1) generar conceptos; 2) desarrollar tipologías; 3) revisar y tomar en cuenta el contexto social; 4) analizar el contexto temporal, no sólo los acontecimientos que suceden antes y después de las acciones que se están estudiando sino también la estructura temporal en función de la cual los actores localizan estos acontecimientos; 5) la identidad y posición social de los actores, y; 6) la validación solicitada como forma de triangulación.

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

actividades sociales... tan diferentes como compartir una comida y presenciar actividades sexuales.

Reflexiones finales...

A continuación se presentan dos reflexiones finales relacionadas con los hallazgos de esta investigación; 1) la respuesta a una pregunta rectora que guió la comprensión y aprehensión de las múltiples realidades construidas en una sociedad inmersa en un espacio turístico y; 2) la importancia del binomio teórico-metodológico que se usó como andamiaje en la construcción de este proyecto.

1) Articulación entre pregunta-objetivos que generan respuestas a la investigación desarrollada

La respuesta que se presenta a continuación es una reflexión construida con base en la experiencia etnográfica vivida en la zona romántica de Puerto Vallarta, el andamiaje teórico-metodológico implementado y la vigilancia epistemológica efectuada a través del doctorado.

La configuración de la zona romántica de Puerto Vallarta como espacio turístico LGBT friendly tiene como base las prácticas afectivas, amorosas, sexuales y turísticas que realizan turistas y residentes (nacionales y extranjeros) de la comunidad LGBT, particularmente los gays. Prácticas como tomarse de la mano, besarse, acariciarse, bailar, mostrar sentimientos de felicidad y tristeza, disfrutar de paseos y actividades turísticas y practicar su sexualidad sin miedo a ser señaladxs, discriminadxs o violentadxs por su orientación sexual o identidad de género. Prácticas que han configurado el espacio en dos vertientes: 1) creación de infraestructura y espacios especializados (hoteles, villas, bares, restaurantes, discotecas, saunas, spas, cruceros) para atender a turistas y residentes LGBT; y 2) cambios en el orden socio-sexual heteronormativo que se ve agrietado por la forma de pensar y actuar de residentes y turistas que aceptan la existencia de estos espacios y otros espacios públicos como el malecón, calles, plazas y playas que también son practicados por la misma comunidad LGBT. Las relaciones de poder imbricadas entre los empresarios, el gobierno, las asociaciones y los residentes del contexto turístico vallartense, han generado estrategias que legitiman el discurso de inclusión, respeto e igualdad a la comunidad LGBT. La alianza establecida entre empresarios para conformar ACT LGBT en conjunto con otras asociaciones como Colectivo Vallarta LGBT, SETAC y ANA resisten en conjunto exigiéndole al gobierno municipal, como actor dominante, que intervenga para legitimar el discurso de igualdad y respeto para una comunidad diversa que reside y vacaciona en Puerto Vallarta como espacio amigable y seguro.

El conflicto que prevalece deriva de la tensión entre la aceptación-rechazo de una parte de la sociedad (turistas y/o residentes LGBT) que no encaja en el orden heteronormativo por su orientación sexoafectiva, la cual conlleva a realizar prácticas sociales en un espacio *LGBT friendly* en el cual conviven con otra parte de la sociedad que tiene una sedimentación cultural que favorece el desarrollo de las prácticas de los heterosexuales.

La configuración del espacio estudiado no ha llegado a un puerto de desembarque definitivo, navega y dirime tormentas sociales que se luchan día a día en un contexto socio-histórico que (re)construye el orden social occidental con base en las resistencias ganadas pero que aún dista de ganar en contra de la violencia y discriminación que sufre la comunidad LGBT.

En el siguiente apartado se presenta la importancia de estudiar el fenómeno de configuración de un espacio turístico a través del andamiaje teórico-metodológico desplegado en esta investigación.

2) Del binomio teórico-metodológico desarrollado como andamiaje en la construcción de esta investigación

La plataforma teórico-metodológica adoptada permitió comprender y aprehender el objeto de estudio que se fue reconstruyendo durante más de 3 años de esta investigación.

El binomio establecido entre el marco teórico y la etnografía como método y técnica permitió acercarse y comprender la relación de las instituciones con los universos simbólicos legitimadores (Berger y Luckman, 2012) en Puerto Vallarta respecto a la configuración de su espacio. Entender y comprender la realidad de espacios turísticos a través de la etnografía es un proceso arduo que permite enmarcar el fenómeno en un contexto sociohistórico, aprehender la realidad con datos estadísticos pero que necesariamente necesitan una explicación social de esos números considerando las coordenadas espacio-tiempo en las cuales se estudia el fenómeno social.

Referencias bibliográficas

Alcántara, C. (27 de Octubre de 2014). *El Financiero*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2015, de El Financiero: <http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/destinos-turisticos-mexicanos-desaprovechan-mercado-gay.html>

Altman, I., & Low, S. (1992). *Place attachment*. Nueva York: Plenum Press.

Banco de México. (2018). *Compilación de informes trimestrales, correspondientes al año 2017*. México: BANXICO

- Blichfeldt, B. S., Chor, J., & Milan, N. B. (2013). Zoos, Sanctuaries and Turfs: Enactments and Uses of Gay Spaces during the Holidays. *International Journal of Tourism Research*, 15(5), 473-483.
- Bourdieu, P. (2015). *La dominación masculina*. París: Anagrama.
- Collignon, M. (2011). Discursos sociales sobre la sexualidad: narrativas sobre la diversidad sexual y prácticas de resistencia. *Comunicación y Sociedad*(16), 133-160.
- Castro-Gómez, S. (2000). Ciencias sociales, violencia epistémica y el problema de la invención del otro. *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas* , 88-98.
- Ersoy, G. K., Ozer, S., & Tuzunkan, D. (2012). Gay men and tourism: Gay Men's Tourism Perspectives and Expectations. *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 41, 394-401.
- Giménez, G. (2000). Territorio, cultura e identidades. La región sociocultural. En J. e. Martín Barbero, *Cultura e identidad* (págs. 87-132). Bogotá, Colombia: CES, Universidad Nacional.
- Gustafson, P. (2001). Meanings of place: Everyday experience and theoretical conceptualizations. *Journal of Enviromental Psychology* (21), 5-16.
- Foucault, M. (2001). *Los anormales*, Ed. Siglo XXI, Buenos Aires.
- Pritchard, A., Morgan, N., & Sedgley, D. (2002). In search or Lesbian space? The experience of Manchester's gay village. *Leisure Studies*, 21(2), 105-123.
- Reguillo, R. (1999). *La construcción simbólica de la ciudad. Sociedad, desastre y comunicación*. Tlaquepaque, Jalisco, México: ITESO.
- Reguillo, R. (2000). *Emergencia de cultura juveniles: estrategias de desencanto*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Reguillo, R. (2000b). *Identidades culturales y espacio público*. Un mapa de los silencios. 59, 75-86.
- Reguillo, R. (2010). Repensar lo público. *Comunicación y Sociedad* , 207-213.
- Reguillo, R. (2015). Primaveras políticas en el otoño civilizatorio: Paisajes insurrectos. En M. E. (eds), *¿Qué es el poder hoy?* (págs. 1-22). Puebla: Universidad Iberoamericana Puebla .
- Rushbrook, D. (2002). Cities, queer space and the cosmopolitan tourist. *GLQ*, 8(1-2), 183-206.

- Secretaría de Turismo de México. (17 de Diciembre de 2015). *Facebook*. Recuperado el 10 de Abril de 2016, de Facebook de la Secretaría de Turismo de México: <https://www.facebook.com/SECTUR.MX/posts/1144476725587054:0>
- Secretaría de Turismo de México. (30 de enero de 2017). Recuperado el 3 de febrero de 2017, Secretaría de Turismo: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/fortalece-sectur-turismo-lgtb-para-hacer-de-mexico-un-destino-vanguardia?idiom=es>
- Secretaría de Turismo de México. (21 de marzo de 2017). Recuperado el 22 de marzo de 2017, Secretaría de Turismo: <https://www.gob.mx/sectur/prensa/sectur-impulsa-estrategias-de-diversificacion-para-turismo-lgbt>
- Senado de la República. (14 de Abril de 2014). *Senado de la República* . Recuperado el 28 de Octubre de 2014, de Senado de la República: <http://www.senado.gob.mx/index.php?ver=sp&mn=2&sm=2&id=46869>
- Sibalis, M. (2004). Urban space and homosexuality: the example of Marais, Paris, gay ghetto. *Urban studies*, 41(9), 1739-1758.
- Subsecretaría de Innovación y Desarrollo Turístico de la Secretaría de Turismo. (27 de Junio de 2015). *El informador*. Recuperado el 20 de Agosto de 2015, de El informador: <http://www.informador.com.mx/economia/2015/600347/6/la-sectur-reconoce-la-importancia-del-turismo-lgbt.htm>
- Valera, S. (1993). *El simbolisme en la ciutat. Funcions de l'espai simbòlic urbà*. Barcelona: Tesis doctoral. Universitat de Barcelona.
- Vidal, T., & Pol, E. (2005). La apropiación del espacio: una propuesta teórica para comprender la vinculación entre las personas y los lugares. *Anuario de Psicología* , 36 (3), 281-297.
- Wacquant, L. (2004). *Ghetto*. París: International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences.