

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@uolsinet.com.ar

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

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 hombre 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 en cubiertos

Prostitución de varones y turismo sexual en Tijuana, México..... 825

N. L. Bringas y R. Gaviola

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

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 (Cliff & Forrest, 1999; Liguori & Aggleton, 1999; Cliff & 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?*
- *Si, 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 movibilidades *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
- Waite, 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