



**Centro de Investigación en Alimentación y
Desarrollo, A.C.**

**SIGNIFICADOS DE SEXUALIDAD Y GÉNERO DE LOS
PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS DEL
ESTADO DE SONORA Y SU IMPACTO EN LA
ATENCIÓN A CLIENTES DISIDENTES DEL SISTEMA
SEXO Y GÉNERO**

Por:

LAURA ELENA WOOLFOLK GALLEGO

TESIS APROBADA POR LA

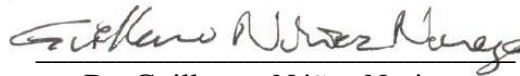
COORDINACIÓN DE DESARROLLO REGIONAL

Como requisito parcial para obtener el grado de

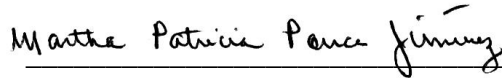
DOCTOR EN CIENCIAS

APROBACIÓN

Los miembros del comité designado para la revisión de la tesis de Laura Elena Woolfolk Gallego, la han encontrado satisfactoria y recomiendan que sea aceptada como requisito parcial para obtener el grado de Doctor en Ciencias.



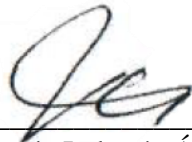
Dr. Guillermo Núñez Noriega
Director de Tesis



Dra. Martha Patricia Ponce Jiménez
Asesor



Dr. Raúl Balbuena Bello
Asesor



Dr. Jesús Laborín Álvarez
Asesor

DECLARACIÓN INSTITUCIONAL

La información generada en esta tesis es propiedad intelectual del Centro de Investigación en Alimentación y Desarrollo, A.C. (CIAD). Se permiten y agradecen las citas breves del material contenido en esta tesis sin permiso especial del autor, siempre y cuando se dé crédito correspondiente. Para la reproducción parcial o total de la tesis con fines académicos, se deberá contar con la autorización escrita del Director General del CIAD.

La publicación en comunicaciones científicas o de divulgación popular de los datos contenidos en esta tesis, deberá dar los créditos al CIAD, previa autorización escrita del manuscrito en cuestión del director de tesis.



Dr. Pablo Wong González
Director General

AGRADECIMIENTOS

Agradezco al Concejo de Ciencia y Tecnología (CONACYT) por el apoyo económico prestado para la realización de este proyecto personal y profesional.

Al Centro de Alimentación y Desarrollo, A.C. (CIAD) por ser soporte y sede para el desarrollo de la presente investigación. A su personal académico que ha sido una fuente insustituible de aprendizaje, he de reconocer y agradecer su gran ayuda y disponibilidad para compartir sus saberes y su tiempo. De gran relevancia ha sido el respaldo del personal administrativo quienes mantuvieron siempre una actitud positiva ante el reto que me enfrentaba.

A la Universidad Estatal de Sonora (UES) por el apoyo brindado a este esfuerzo formativo que espero retribuir ampliamente. Y al Programa de Mejoramiento al Profesorado (PROMEP) por los apoyos para la adquisición de material didáctico, que me fueron de gran utilidad para cursar mis estudios de posgrado.

Agradezco a mi Comité de Tesis por sus atinadas observaciones y sugerencias en la construcción y mejora del trabajo. Al Dr. Guillermo Núñez Noriega, le agradezco las oportunidades brindadas durante estos años de formación pedagógica y social. Con su optimismo inagotable, su sosiego y su saber, ha hecho que las dificultades se transformaran en retos alcanzables. El acompañamiento que me brindó y las largas charlas que sostuvimos tuvieron profundo impacto sobre este trabajo y sobre mi persona.

A la Dra. Martha Patricia Jiménez Ponce, agradezco su sencillez y actitud solidaria para compartir sus conocimientos y experiencias de investigación. Al Dr. Raúl Balbuena Bello, le agradezco su entusiasmo y valiosas reflexiones. Al Dr. Jesús Laborín Álvarez, agradezco sus comentarios y discusiones que indudablemente enriquecieron este trabajo.

A todas las personas que participaron en este proyecto. A las y los prestadores de servicio turísticos que me brindaron su tiempo y su confianza para la realización de las entrevistas. De igual modo agradezco al grupo de la comunidad LGBTTTI que sus experiencias de vida y experiencias concretas como clientes del sector turismo dieron realce y valor a esta investigación.

A las y los integrantes de la asociación civil Diverciudad, que apoyaron este proyecto y un gran reconocimiento a su labor; fieles a sus principios y sus ideales son incansables en la lucha y activismo para lograr una sociedad incluyente.

A mi “tropa” por ser siempre un oasis de paz en las muchas ocasiones en que el que hacer académico rebasaba el límite de mi resistencia.

A mis “amix” que siempre estuvieron impulsándome a seguir y alentando mis posibilidades al éxito.

A las “chicas malas del beis” por estar presente en este reto personal y convertirse en varias ocasiones en las mejores sustitutas en mis deberes maternos en las actividades extracurriculares de mis hijos.

A mi hermana Natalia por siempre salir en mi auxilio pero sobre todo ser mi fuente de inspiración; a mi amiga Gabby Cota, por su solidaridad, su comprensión y por siempre estar a mi lado apoyando entre muchas cosas mi formación académica; a mi primo Octavio, que desde un inicio mostró interés en este proyecto y de su parte recibí información valiosa para enriquecerlo; a mi amiga Denisse, siempre sus palabras han sido certeras para que yo crea en mí; y a ti Sofía, que fuiste una “enviada especial” en un momento crucial de mi vida; a ustedes, muchas gracias por su gran apoyo académico para la realización de este trabajo.

A mi padre, porque su incredulidad ante mis logros académicos ha sido uno de mis propulsores de mis aspiraciones.

A mi madre agradezco infinitamente todo su apoyo. Madre desde que me gestaste siempre has sido la estructura más sólida en mi vida. Eres el mejor modelo de madre, tú consuelo, tu guía, tus palabras de aliento han sido mi mejor motivación. Una vez más madre mía te digo que sin ti, este proyecto no lo hubiera logrado.

A mis hijos Abel Alfredo, José Alfonso y Marialaura, les agradezco toda la paciencia que tuvieron en cada uno de los momentos que no pude compartir con ustedes mí tiempo; les agradezco su comprensión cada vez que la paciencia y serenidad se perdieron en mi vida. Hijos, les agradezco que existan en mi vida porque gracias a ustedes, yo soy.

No puedo cerrar estos agradecimientos sin reconocer a Dios o ese poder superior que en varias ocasiones lo perdí de vista, pero que en mi realidad me hace entender lo que la ciencia no puede explicarme.

Agradecer a todas las personas que me han acompañado en este esfuerzo, a quienes de algún modo han formado parte de este proyecto no es sólo un protocolo de cortesía sino un asunto de justicia, sobre todo porque tanto en el ámbito académico como en el personal han sido muchas las personas que lo han hecho posible. Gracias a todas ellas el camino ha resultado más fácilmente transitable.

¡El esfuerzo continuo, determina el éxito!

Laura Woolfolk

DEDICATORIA

Por ti, y para ti....
... Porque te amo, *My Little Sis*.

*Envío:
la vida siga así, sencillamente;
tenerse amor, sembrar, transparentarse
en tierra y a sudor y perpetuarse
agua encendida y cálida simiente;*

*dejar que el sol encumbre lentamente
sus oficios de octubre; comprobarse
que se es de verdad y continuarse
de sí mismo a sí mismo, ardientemente.*

*Dejar que mis palabras, rezumando
la voz gozosa, la acuciante estrella,
queden en estos versos, cintilando;*

*que aspa de luz, ilimitada y bella.
honda y florida miel, dulcemanando,
va la poesía en prenda. Y voy por ella.*

Abigael Bohórquez

CONTENIDO

LISTA DE FIGURAS	xi
LISTA DE TABLAS	xii
RESUMEN.....	xiii
ABSTRACT	xv
I - INTRODUCCIÓN.....	1
II - MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL.....	15
II.1. Turismo.....	15
II.1.1. Escuelas del Pensamiento y Concepción Turística	15
II.1.2. Perspectiva para el Análisis del Fenómeno Turístico.....	18
II.1.3. Impacto Económico del Turismo	21
II.1.4. Impacto Social del Turismo.....	23
II.1.5. El Turismo Fenómeno Económico Productor de Significados	24
II.1.6. El Turismo en Sonora.....	32
II.1.7. Turismo LGBTTTI.....	36
II.2. Gestiones Administrativas	45
II.2.1. Calidad en el Servicio en las Empresas Turísticas	45
II.2.2. Servicio al Cliente	48
II.3. Sexualidad	52
II.3.1. El Binarismo Sexual	54
II.3.2. El Binarismo de Género	55
II.3.3. El Binarismo Erótico	55
II.3.4. Diversidad Sexual.....	57
II.3.5. Disidencia Sexual	58
II.3.6. Teoría <i>Queer</i>	59
II.3.7. Término LGBTTTI.....	60
II.3.8. Construcción Social de la Sexualidad	61
II.3.9. Campo Sexual y Representaciones Hegemónicas	68
II.4. Estigma, Estereotipo, Prejuicio, Discriminación y Homofobia.....	77
II.4.1. Discriminación Histórica en el Estado de Sonora	79
II.4.2. Discriminación Social por Orientación Sexual	82
II.4.3. Homofobia.....	83
II.4.4. Homofobia en México.....	84
II.4.5. Homofobia en Sonora.....	86
II.5. Turismo, Sexualidad y Políticas Públicas: Dimensiones del Desarrollo Regional ..	89
II.5.1. La Sexualidad en la Concepción del Desarrollo.....	90
II.5.2. Sexualidad, Turismo y Políticas Públicas	92
II.5.3. Sexualidad y Plan Nacional de Desarrollo 2013 -2018.....	94
II.5.4. Turismo y Plan Nacional de Desarrollo 2013 -2018.....	101
II.5.5. Actores y Agentes Involucrados en la Cadena Productiva del Turismo	102

CONTENIDO (Continuación)

III - DISEÑO METODOLÓGICO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	106
III.1. Diseño de la Investigación	106
III.1.1. Planteamiento del Problema.....	106
III.1.2. Justificación e Importancia	117
III.1.3. Hipótesis de Investigación	120
III.1.4. Objetivos	120
III.1.5. Preguntas de Investigación.....	121
III.2. Descripción de la Metodología de la Investigación	122
III.2.1. La Etnografía.....	123
III.2.2. Tipo de Estudio	123
III.2.3. Campo de Acción.....	124
III.2.4. Procedimiento	126
IV - DESARROLLO DE LA INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.	133
IV.1. Presentación de los Prestadores de Servicios Turísticos del Estado de Sonora....	133
IV.2. CATEGORÍA 1: Identificación de clientes en general y el segmento LGBTTTI	151
IV.2.1. Identificación del Cliente por Parte de los Prestadores de Servicios Turísticos.....	152
IV.2.2. Identificación del Cliente Disidente del Sistema Sexo y Género por Parte de los Prestadores de Servicios Turísticos.....	156
IV.2.3. Identificación del Cliente Disidente del Sistema Sexo y Género por Parte de los Prestadores de Servicios Turísticos por Estereotipos de Género.....	158
IV.3. CATEGORÍA 2: Significados de Sexualidad y Género	165
IV.3.1. Concepciones sobre Sexualidad.....	166
IV.3.2. Concepciones sobre Heterosexualidad.	167
IV.3.3. Concepciones sobre Homosexualidad.	169
IV.3.4. Causas de la Homosexualidad.	177
IV.3.5. Identidades y Orientaciones Sexuales.	185
IV.3.6. Estereotipo de Género, Prejuicio, y Discriminación.....	205
IV.3.7. Actitudes de los Prestadores de Servicios hacia la Sexualidad y el Género.....	267
IV.4. CATEGORÍA 3: Prácticas de los prestadores de servicios y las lógicas de atención hacia el turista disidente del sistema sexo y género.....	268
IV.4.1. Discurso de la Normalidad	269
IV.4.2. Protocolos de Atención para Clientes Disidentes del Sistema Sexo-Género	271
IV.4.3. Prácticas de los Prestadores de Servicios Turísticos del Estado de Sonora y el Turismo LGBTTTI.....	271
IV.4.4. Capacitación para la Atención al Turismo LGBTTTI	278
IV.4.5. Conocimientos de Actividades LGBTTTI en la localidad	288
IV.4.6. Oferta Laboral para las Personas LGBTTTI.....	289
IV.5. CATEGORÍA 4: Conocimientos Generales de la Modalidad del Turismo LGBTTTI.....	291
IV.5.1. Conocimiento de la Modalidad del Turismo LGBTTTI por Parte del Prestador de Servicios Turísticos del Estado de Sonora.....	291

CONTENIDO (Continuación)

IV.5.2. Identidad como Empresa <i>Gay Friendly</i>	295
IV.5.3. Sonora, Listo para Promover el Turismo LGBTTTI	299
IV.6. Presentación de los Clientes LGBTTTI (turistas y residentes).....	302
V - CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES.....	312
BIBLIOGRAFÍA.....	324
ANEXOS	336

LISTA DE FIGURAS

Figura		Página
1	Ubicación geográfica de Sonora	33
2	Ciudades mexicanas con la más amplia variedad de lugares para los turistas LGBTTTI	42
3	Número de casos de crímenes por homofobia al año, en México	86
4	Número de casos de crímenes por homofobia al año que se identificaron por entidad federativa	87
5	Georreferenciación de los municipios en los que se realizaron las entrevistas. Elaboración propia	124

LISTA DE TABLAS

Tabla		Página
1	Indicadores del sector turismo Sonora. Fuente: Gobierno del Estado de Sonora	36
2	Muestra la variedad sexual existente en el ser humano. Elaboración Propia	55
3	Resultados sobre Diversidad Sexual de la encuesta Nacional sobre Discriminación en México, Enadis 2010	85
4	Indicadores turísticos de los municipios, campo de acción de la investigación	125
5	Total de prestadores de servicio turísticos por municipio del campo de acción de la investigación.	125
6	Unidad de análisis. Muestra de prestadores de servicio turísticos por municipio	127
7	Unidad de análisis por municipios. Datos generales de los prestadores de servicio turísticos e informantes clave	127
8	Unidad de análisis por municipios. Datos generales de los clientes LGBTTTI, residentes o visitantes	128
9	Categorías de análisis utilizadas para la descripción e interpretación de datos	130

RESUMEN

El turismo LGBTTTI (lesbiana, gay, bisexual, transexual, transgénero, travesti e intersexual) o disidente de sexo y género, es una modalidad del turismo con importante impacto económico y social. En este contexto, el objetivo de esta investigación es analizar los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora, así como la manera en que organizan el servicio de atención al cliente LGBTTTI; además de distinguir las políticas públicas que rigen la práctica del turismo en Sonora.

Los resultados se generaron a partir de metodología cualitativa, por medio de etnografía. Se aplicaron entrevistas semiestructuradas y en profundidad a prestadores de servicios turísticos y a clientes LGBTTTI de los municipios de Hermosillo, Álamos, Puerto Peñasco y Guaymas. Para distinguir las políticas públicas, se aplicó análisis de discurso que involucra el análisis de las ideologías sexuales y de género desde la perspectiva teórica *Queer* de algunos documentos jurídicos y de política pública en México.

Se encontró que existe un discurso heterosexistas no necesariamente religiosos y un discurso de aceptación y respeto a la diversidad sexual y al placer pero con límites. Los prestadores de servicios tienen un discurso de atención a clientes sin discriminación paralelo a un discurso heteronormativo de los límites y normalidad social; dicen que tratan a las personas LGBTTTI como clientes “normales”, sin embargo, el discurso heteronormativo de la no discriminación tiene implícitos al discurso como a la práctica heteronormativa de los límites del tal manera que el cliente LGBTTTI se autolimita en las expresiones públicas de afecto con su pareja, por considerar que hacen uso de espacios heteronormativos. Por lo anterior podemos asumir que los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos de Sonora, reproducen los discursos hegemónicos del campo sexual, esto es la heteronormatividad, de tal manera que regula las lógicas de atención a clientes obstaculizando la oferta de un servicio sin discriminación para la atención a clientes *disidentes* del sistema sexo-genero.

El análisis de documentos jurídicos y de política pública de México evidencian la presencia de tres dispositivos de poder, ideologías del sistema sexo-género dominante: la noción binaria de los sexos; la noción binaria de los géneros; y el binarismo erótico y el heterosexismo que conlleva a restar la posibilidad de crear sociedades inclusivas, y a la diversificación de fuentes de ingreso a través del turismo LGBTTTI.

Palabras claves: Turismo LGBTTTI, Género, Teoría *queer*.

ABSTRACT

LGBTTTI tourism (lesbian, gay, bisexual, transsexual, transgender, transvestite and intersexual) or dissident of sex and gender, is a tourism modality with important economic and social impact. In this context, the objective of this research is to analyze the meanings of sexuality and gender of the tourism service providers of the State of Sonora, as well as the way in which they organize the LGBTTTI customer service; In addition to distinguishing the public policies that govern the practice of tourism in Sonora.

The results were generated from qualitative methodology, through ethnography. Semi-structured and in-depth interviews were applied to tourism service providers and LGBTTTI clients from the municipalities of Hermosillo, Álamos, Puerto Peñasco and Guaymas. In order to distinguish public policies, discourse analysis was applied that involves the analysis of sexual and gender ideologies from Queer's theoretical perspective of some legal documents and public policy in Mexico.

It was found that there is a heterosexist discourse not necessarily religious and a discourse of acceptance and respect for sexual diversity and pleasure but with limits. The service providers have a discourse of attention to customers without discrimination parallel to a heteronormative discourse of social limits and normality. They say that they treat LGBTTTI people as "normal" clients, however, the heteronormative discourse of non-discrimination has implicit discourse as the heteronormative practice of limits in such a way that the LGBTTTI client self-limits in public expressions of affection With their partner, considering that they make use of heteronormative spaces.

From the above we can assume that the meanings of sexuality and gender of the tourism service providers of Sonora reproduce the hegemonic discourses of the sexual field, that is the heteronormatividad, in such a way that regulates the logics of attention to clients hindering the offer of a Service without discrimination for the attention to dissident clients of the sex-gender system.

The analysis of legal documents and public policy in Mexico show the presence of three mechanisms of power, ideologies of the dominant sex-gender system: the binary notion of the sexes; The binary notion of genera; And the erotic binarism and

heterosexism that leads to subtract the possibility of creating inclusive societies, and the diversification of sources of income through LGBTTTI tourism.

Keywords: LGBTTTI Tourism, Gender, queer theory

CAPÍTULO I - INTRODUCCIÓN

El tema de objeto de la presente investigación, es analizar la influencia que tiene el discurso hegemónico del campo sexual, en los significados sobre sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora y en la atención al cliente disidente del sistema sexo - género. Un punto de partida de esta investigación es la pertenencia a una institución educativa en cuya oferta educativa se encuentra la Licenciatura en Gestión Turística y la necesidad de contribuir, como investigadora, a la comprensión de la realidad socio-cultural de una modalidad del turismo emergente a una realidad social, el turismo LGBTTTI que corresponden a las siglas para delimitar al conjunto de personas: Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transexual, Transgénero, Travesti e Intersexual. Para este trabajo también lo denominamos turismo disidente del sistema sexo-género.

Para el desarrollo del objeto de esta investigación se estipularon cuatro objetivos específicos: 1) Analizar los significados sobre sexualidad y sobre los disidentes del sistema del sistema sexo-género de los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora. 2) distinguir experiencias concretas de clientes disidentes del sistema sexo - género, al utilizar servicios turísticos del estado de Sonora. 3) analizar los elementos del discurso hegemónico del campo sexual que puede influenciar en los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos en el Estado de Sonora. 4) Identificar los significados de sexualidad y género las políticas públicas que rigen la práctica del turismo en Sonora.

Para dar inicio y resolver los objetivos desarrollamos el capítulo II de esta investigación, el marco teórico – conceptual. En el discurrimos varios temas que vertieron desde las primeras aproximaciones teorías y conceptuales para el desarrollo de nuestra investigación hasta el análisis del turismo LGBTTTI, como una oportunidad para el desarrollo regional.

Iniciamos con el análisis de las escuelas de pensamiento y concepción turística. Transitamos por algunas de las corrientes del pensamiento que han dado origen a la concepción del turismo son las corrientes cinética y psicosocial, las escuelas humanista y sociológica, así como la teoría general de sistemas y de turismo. (Molina, 2007). La corriente cinética destaca el desplazamiento de los individuos en el territorio. Los principales exponentes de esta teoría fueron los alemanes Glücksmann y Bormann (De la Torre Padilla, 2012). La corriente psicosocial acentuaba las relaciones sociales y culturales resultantes del movimiento de viajeros, así como, los fenómenos psicológicos que surgían del contacto entre visitantes y residentes de las comunidades locales. Los principales exponentes fueron Morgenroth y Steadner (De la Torre Padilla, 2012). Posterior a las anteriores surge la escuela humanista, la cual centra su estudio en el individuo, colocando los aspectos sociales por encima de los económicos. Los estudiosos del turismo que sobresalen es esta corriente son Hunziker y Krapf (Molina, 2009). Más adelante emerge la escuela sociológica, la cual integra los aspectos económicos, sociales y humanos del turismo. En esta corriente se incorporaron nociones de geografía para el análisis del turismo (Molina, 2009) Por último, está la teoría general de sistemas y el turismo, esta nace a partir de la creciente complejidad del turismo; este modelo es una herramienta que permite un acercamiento a la dinámica del turismo, facilita el entendimiento de todos los elementos que se interrelacionan con el objetivo de integrar la multiplicidad de visiones y conceptos que han hecho del turismo un sistema complejo. Esta teoría contempla la articulación de estrategias locales basadas en los recursos endógenos con los que cuentan los diferentes territorios, o lo que viene a ser lo mismo, el entorno y los recursos naturales, culturales, económicos, medioambientales y políticos, al igual que los factores asociados al turismo como clúster, micro clúster y cadenas productivas del turismo (Jiménez & Jiménez, 2013).

Es posible reconocer que las diferentes definiciones que se han utilizado en la academia y profesión del sector turismo centran su idea en que el turismo es “el desplazamiento del lugar de su residencia habitual y el desplazamiento es temporal y no motivado por razones de lucro”. También es importante reconocer que a partir de la posmodernidad, las conceptualizaciones involucraron otra variable que fue las relaciones y los hechos que se dan entre los viajeros y los residentes. Dada la naturaleza de esta

investigación, las ciencias que se integraran para la búsqueda de las respuestas a los planteamientos señalados serán la sociología y la antropología; sin embargo como anteriormente se mencionó, de manera habitual se visualiza al turismo como una estructura estrictamente comercial que se estudia por indicadores económicos, con los que se promueven las políticas públicas en las que se rige la actividad turística, no obstante para fines de esta investigación, se centrará al turismo desde una perspectiva holística de lo social y lo antropológico debido a que la investigación va más allá de una visión económica que lo restrinja a una industria o a un negocio, se analizará al turismo como un fenómeno que está presente en cada nivel y en todos los fragmentos de la vida social, en los intereses, en las motivaciones y prácticas sociales de los individuos, en el modo de percibir, en la forma de relacionarse con otros, se analizará como un fenómeno que permea en el comportamiento social del individuo; sin embargo, es importante reconocer que no se puede separar lo económico de lo social, cuando se producen cambios estos repercuten en ambos fenómenos. Por lo que, aún que nuestra investigación está enmarcada en perspectiva socio antropológica no hemos podido marginar la descripción del impacto económico que representa la actividad turística. Por tal motivo dedicamos un apartado del capítulo I del marco teórico conceptual a este debate. Los principales impactos económicos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos y la generación de empleo y oportunidades de negocios (Brida, Pereyra, Such, & Zapata, s/f).

Cuando se aplica el adjetivo de sociocultural a algún fenómeno o proceso se hace referencia a una realidad construida por el ser humano mediante su interacción con otras personas, con el medio ambiente y con otras sociedades. Desde nuestra perspectiva teórica en la que analizamos al turismo como productor de significados tomamos las posturas de Geertz, quien señala que la cultura es siempre significación de algo, es un tejido de relaciones sociales creadas por el ser humano, las cuales lo transforman y éste a ellas; por tanto, el análisis de la cultura no es una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significados (Geertz, 2003).

Los conceptos de Geertz proporcionan el andamiaje teórico para esta investigación, bajo sus paradigmas de los significados nos introducimos al análisis de los significados sobre sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del

Estado de Sonora, y su impacto en la atención al cliente disidente del sistema sexo - género.

El turismo LGBTTTI, es un fenómeno que se empezó a ser evidente en los últimos años del siglo XX y ha cobrado enorme fuerza en el transcurso del siglo XXI, primero en los mercados, por tratarse de un segmento identificado desde la mercadotecnia como suficientemente rentable, después como sujetos de derechos civiles (Zarur, 2011). Es una tendencia del fenómeno del turismo, en la cual se pone de manifiesto una creciente demanda de nuevos servicios para una segmentación de mercado que tiende a la “normalización” de la oferta turística la cual debe concebirse y practicarse con una apertura de espíritu de educación, respeto y aprendizaje de las legítimas diferencias entre las culturas los seres humanos y su diversidad sexual.

Como segundo punto de este apartado nos centramos en el análisis de las gestiones administrativas a las que incurren las empresas, en este caso del sector turismo, para ofrecer calidad en el servicio y analizamos la noción de servicio al cliente. Se abordan las corrientes filosóficas que han surgido en la administración y producción de las empresas. En esta investigación se tomará la de Walter E. Deming, la cual ha sido adaptada al turismo, pues su metodología, permite determinar cómo se debe de administrar una empresa para asegurar su éxito por medio de la calidad (Ramírez, 2012).

Las prácticas de los profesionales del sector turismo, deben adecuarse permanentemente a contextos de constantes y crecientes transformaciones a nivel tecnológico, social, económico, político, cultural y legal. En este caso, a las transformaciones sociales son detonantes para una evolución en las prácticas administrativas del prestador de servicios de la industria turística del Estado de Sonora y que, sin duda alguna, las concepciones, los valores, las actitudes y las prácticas administrativas del empresario del sector turismo deben estar diseñadas para ofrecer un servicio de calidad y, por consiguiente, sin tintes discriminatorios para los clientes disidentes de sexo y género. Jeff Guaracino señala, en su libro *Gay and Lesbian Tourism, the essential Guide For Marketing*, que la personas LGBTTI no buscan un trato diferenciado al utilizar algún servicio o producto turístico, lo que ellos quieren es estar seguros de ser “bien recibidos” por lo cual es necesario que la empresa sirva siempre con dignidad y respeto (Guaracino, 2007).

Continuamos con el análisis de la sexualidad. Declaramos que: la sexualidad tiene una importancia fundamental, pues es inherente a la vida de todos los seres humanos; va más que el acto sexual, se trata de una constelación de significados y prácticas que son parte de nuestra experiencia cotidiana; no es algo fijo o igual para todas las personas es sustancialmente social en forma de muchos factores, que incluyen las creencias religiosas, las leyes, los contextos históricos, culturales, económicos y sociales en las vidas de las personas. Para asumir lo anterior nos basamos en las propuestas teóricas Foucault (2012), Weeks (1998), Nuñez (2011) y Rubio(s/f).

Describimos cómo se compone el sistema de dominación heteronormativo; podemos establecer que hay una relación mimética entre sexo, género, sexualidad y deseo, de forma que existe una inteligibilidad unívoca al interior del sistema de género binario, por tanto, el sistema dominante tiene tres formas de reducir y entender la existencia sexual: 1. El binarismo sexual, 2. El binarismo de género, 3. El binarismo erótico. (Nuñez, 2011). A la organización de estos tres aspectos, a través de una serie de dispositivos de poder y de sus aspectos, se le conoce como un sistema de organización sexo-genérica.

Se describen los dispositivos de poder que sustentan el campo sexual y las representaciones hegemónicas de la sexualidad. Al poder lo entendemos como las relaciones de fuerza, inherente a instituciones médicas, religiosas, legales, académicas y estructuras socioculturales. Esas relaciones de fuerza, de poder, no sólo adquieren expresiones evidentes físicas o verbales del límite de control de dominación, sino también se tornan a expresiones sutiles, menos evidentes y son precisadas por las formas de representación de la realidad, de lo que creemos, bueno/malo, moral/inmoral, normal/anormal, natural/antinatural, etc. Cuando nuestras acciones o las formas de actuar, están determinadas, condicionadas, limitadas o influidas por ciertas representaciones (valoraciones, conceptos) entonces somos partícipes de relaciones de poder (Nuñez, 2015; Bourdieu & Wacquant, 1992). Es importante dejar claro que la discusión generada en este apartado de representaciones hegemónicas que construyen el campo sexual en Hermosillo está basada en la investigación Guillermo Nuñez Noriega llamada *Sexo entre Varones poder y resistencia en el campo sexual* (1999), la cual se realizó el periodo comprendido entre 1988 a 1993. En Hermosillo existe un campo

sexual construido por discursos ortodoxos de tintes médicos-religiosos en el campo sexual, al cual se le oponen algunos otros discursos heterodoxos procedentes de las vanguardias artísticas o de organizaciones sociales que enarbolan una noción de derechos sexuales (Núñez, 1999).

Según Núñez Noriega las dos formas de representar la existencia sexual en Hermosillo son: La hegemónica (la de discurso con tintes religiosos-médicos con censura al deseo al placer y al sexo) y la hereje (el discurso ligado a las empresas promotoras de un consumo de bienes y servicios que acepta y promueve, el deseo, el placer y el erotismo).

Argumentamos que sin lugar a dudas resulta preponderante mostrar la discrecionalidad y la cultura que impera en los prestadores de servicios turísticos en el estado de Sonora respecto a los valores y actitudes sustentados por las creencias religiosas, las leyes, los contextos históricos, culturales, económicos y sociales en que se desenvuelven las personas, estos se convierten en estereotipos, prejuicios y actos de discriminación hacia el cliente y/o usuarios nombrados como disidentes del sistema sexo género. Erving Goffman fundamenta un planteamiento teórico que coloca al estigma en un proceso psicosocial denominado “categorización social” en el cual, con base en ciertos indicadores aprendidos, se crean diferentes categorías, construidas desde lo social colectivo a través de las interacciones cotidianas en las que se puede agrupar a las personas de acuerdo a ciertos rasgo (Goffman, 2006). Fonseca y Piña citando a Ricardo García Bernal sostienen que la palabra estigma se ha concebido tradicionalmente como una característica que “desprestigia considerablemente” a un individuo ante los demás (Callejas Fonseca & Piña Mendoza, 2006). Laborín, Parra y Valdéz señalan que el rechazo puede deberse entre otros aspectos, a la “diferencia”, ya que quienes llegan establecerse con frecuencia son distintos a las poblaciones receptoras. (Laborín, Parra, & Valdéz, 2012).

Lo anterior pudiese aplicarse a las comunidades de las personas LGBTTTI ya que por lo general son personas que siguen sus propias prácticas culturales e inclusive se pueden ver diferentes en sus comportamientos y actitudes, en algunos casos se culpa al homosexual de desórdenes sociales, enfermedades y de alterar el orden público.

Para cerrar este capítulo consideramos que el turismo es promotor del desarrollo económico y por ende social, y realizamos un análisis del turismo, sexualidad y políticas públicas como dimensiones del desarrollo. En este capítulo iniciamos un análisis de las nociones del desarrollo y como han ido transformándose a través del tiempo y las realidades sociales. La noción de desarrollo ha evolucionado de acuerdo a los valores dominantes de la sociedad y tenido varias acepciones según la dinámica social en la que se desarrolla; se ha convertido en un modelo de excelencia para entender, organizar y argumentar la política pública regional, nacional e internacional que busca promover el desarrollo de un país o de una región, incluso ha sido fundamental para comprender la noción de sujeto y de identidad.

El concepto de desarrollo marca su origen en una definición acotada al crecimiento económico (Rionda, 2005; Cardenas, 1998) y ha trasmutado a concepciones que integran al ser humano y sus necesidades básicas, (Seers, 1980; Streeten, Shahid, Haq, Hicks, & Frances, 1986; Sen, 2004; PNUD, 2014) así como a nociones vanguardista que reflejan la preocupación por el medio ambiente, (Valcárcel, 2006) la equidad y la justicia social (Elguea, 2011). Por lo anterior, podemos mencionar que el término desarrollo ha sido demarcado con diversas acepciones, tales como: crecimiento económico, distribución, igualdad, sostenibilidad, bienestar, capacidades humanas, y desarrollo humano, entre otras. La noción de desarrollo humano y no las de crecimiento económico fue la que abrió posibilidades para que se incluyera a la sexualidad en los discursos hegemónicos del desarrollo.

No obstante, también surgen expectativas y preguntas de cómo la dimensión sexualidad se incluye en una noción moderna del desarrollo e impacta a las actuales políticas globales y nacionales de género, equidad y derechos. Para conocer ese impacto analizamos el artículo 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, el PND 2013-2018 (Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018) concluyendo que la estrategia transversal de perspectiva de género del PND 2013-2018, reproduce acríticamente la ideología que sólo acepta la existencia de dos cuerpos y de dos sexos en la especie humana. Como ejemplo, pueden citarse frases llenas de buenas intenciones, pero inadecuadas, como cuando se dice que se busca: “garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres”, o “contempla la necesidad de realizar acciones

especiales orientadas a garantizar los derechos de las mujeres y evitar que las diferencias de género sean causa de desigualdad, exclusión o discriminación. Desde la perspectiva Teórica *Queer* la definición de la sexualidad es limitada en las políticas públicas analizadas, ya que la estrategia de perspectiva de género está enmarcada en un binarismo sexual que refiere a la ideología y práctica de construir dos sexos de los cuerpos humanos, a partir del supuesto binarismo cromosómico, gonadal y genital de la especie (Núñez, 1999; Spargo, 2013; Núñez Noriega, Ponce, & Woolfolk, 2015). En las estrategias a seguir para lograr un México próspero, considerando al turismo como sector de desarrollo, se ve al turismo como palanca del desarrollo en un crecimiento económico, es considerado como un buen mecanismo de desarrollo económico por aportar al ingreso per cápita, por ser un instrumento de empleo, por captar divisas; no señala la posibilidad de que el turismo sirva para construir un diálogo entre culturas, ni menciona la necesidad de fomentar la cultura de la inclusión, de respeto a la no discriminación a esa apertura y solidaridad que debe existir para el “otro” en función a las diferencias por identidad sexo genérica. No se visualiza al turismo LGBTTTI como un área oportunidad, por su importancia económica actual y por su relación con otros grandes procesos de movilización de la sociedad civil y de cambio político y sociocultural mundial, es al mismo tiempo una oportunidad y un reto a la manera en que se conceptualiza a la actividad y el desarrollo.

En capítulo III se explica el diseño metodológico de esta investigación. Este apartado se hace referencia al enfoque cualitativo, el cual orientó el proceso de investigación, entre otras consideraciones metodológicas. Este enfoque fue pertinente al tema de estudio, pues se buscó develar los significados de sexualidad y género respecto a un grupo de prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora. Para trabajar con la investigación cualitativa es necesario recurrir a algún método, y debido al carácter descriptivo-interpretativo de nuestro trabajo se usó el método etnográfico; que representa una interpretación cultural de los datos, es una descripción interpretativa o son reconstrucciones de los significados de los participantes en la interacción social.

Con este estudio cualitativo, se pretende interpretar la subjetividad y conocer los significados de sexualidad y género desde la perspectiva de los actores, en este caso de

los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora, a través del lenguaje, que representa la subjetividad, los significados y símbolos (Amezcuca; Gálvez, 2002).

El estudio diagnóstico de metodología cualitativa se llevó a cabo en el período comprendido entre los meses de enero a septiembre del 2014. Los datos fueron recolectados mediante la técnica de entrevista a profundidad. Los registros se mantienen tal como se dieron en las entrevistas grabadas los mismos que se transcribieron, para posteriormente codificarlos y finalmente, hacer el análisis correspondiente. Los destinos turísticos que se utilizaron en esta investigación fueron Hermosillo, por ser la capital del Estado; San Carlos, municipio de Guaymas y Puerto Peñasco, por ser destinos turísticos de Sol y Playa los cuales según (Marín, 2012) es la modalidad de turismo de mayor aceptación por la comunidad LGBTTTI; Álamos, por ser el primer *pueblo mágico*¹ del estado y proporcionar actividad turística cultural muy atractiva para el residente y el visitante.

La unidad de análisis total, estuvo conformada por 41 personas. De los cuales 24 son prestadores de servicios turísticos, 14 son clientes de servicios turísticos que pertenecen a la comunidad LGBTTTI, y tres personas que son servidores públicos en el estado de Sonora.

Los prestadores de servicios turísticos entrevistados tienen una edad promedio de 38.2 años y sus edades fluctúan desde los 18 hasta los 70 años. El estado civil 10 son solteros, 10 son casados, 2 divorciados, 2 no lo especificaron. El nivel académico 1 estudió solamente la primaria, 2 la secundaria, 4 la preparatoria, 12 la licenciatura, sólo uno tiene maestría, dos más refieren a otros estudios, como preparación técnica y dos más no respondieron.

Para efectos de nuestro trabajo, además de rescatar información a través de diversas fuentes de investigación bibliográfica y de archivo, desarrollamos la técnica de entrevista semiestructurada (Castillo & Lozano, 2006).

¹ Pueblos mágicos son Localidades con atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, magia que te emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico.

<http://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-herencia-que-impulsan-turismo>

La recopilación de la información ha sido sometida a un análisis en el que se consideran los contextos propios de un grupo de prestadores de servicios del sector turismo, centrados en la narrativas, orientado a saturar sus posibilidades significativas, e interpretada sociológicamente. La información se acopió en tres etapas: 1) Recopilación e información: La información se obtuvo a través de entrevistas a profundidad. 2) Procesamiento de la información: Vaciado de la información en una base de datos de Excel. 3) Sistematización de la información: análisis de los resultados obtenidos del procesamiento de la información.

Las categorías sobre las que se realizan la descripción e interpretación de los significados han sido: CATEGORÍA 1: Identificación de clientes en general y el segmento LGBTTTI. CATEGORÍA 2: Concepciones de sexualidad y género. CATEGORÍA 3: Prácticas de los prestadores de servicios y las lógicas de atención hacia el turista disidente del sistema sexo y género. CATEGORÍA 4: Conocimientos generales de la modalidad de turismo LGBTTTI.

El Capítulo IV de esta investigación engloba el desarrollo de la interpretación de datos y discusiones. Retomando las categorías de análisis que mencionamos en el párrafo anterior, podemos mencionar que en la CATEGORÍA 1: Identificación de clientes en general y el segmento LGBTTTI, pudimos reconocer algunas variables: identificación de los clientes por parte de los prestadores de servicios turísticos, identificación de los clientes disidentes del sistema sexo y género por parte de los prestadores de servicios turísticos y estereotipos por género. En el discurso se puede apreciar que las variables más significativas utilizadas por prestador de servicio para identificar a sus clientes son las geográficas, por lo general saben si el cliente es local o foráneo, nacional o extranjero; las variables psicográficas (personalidad, estilo de vida, valores, actitudes, intereses) y las conductuales (búsqueda de beneficio, tasa de utilización de servicio, fidelidad a la marca, etc.) no fueron variables que se presentaran asiduamente en el reconocimiento al cliente, no es posible afirmar que la variable demográfica fue una constante en el reconocimiento al cliente, lo identifican por el rango de edad al que pertenecen, el estatus socioeconómico y el sexo biológico.

Otro dato significativo que nos aporta la categoría: Identificación de clientes en general y el segmento LGBTTTI. Esta categoría nos señala que la heteronormatividad

del patriarcado conduce a los privilegios de la “familia tradicional”, que los prestadores de servicio la instalan como “natural” y la única manera de agrupamiento familiar. Y este punto de partida ideológico no es favorable para visualizar y comprender la situación de los nuevos modelos de familias: familias homoparentales. Lejos de considerar a la familia como una unidad armónica con intereses comunes, esta perspectiva pone de manifiesto que se ignoran los cambios económicos, sociales, culturales y políticos de los últimos tiempos, así como el impacto que los mismos han tenido en la estructuración de las familias.

Existen prestadores de servicios que usan los estereotipos con regularidad para designar o clasificar a las personas a partir de convencionalismos, sin tomar en cuenta particularidades de manera analítica. La mayoría de los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora asumen que es posible identificar a los individuos LGBTTTI por apariencia, o características externas. Un poco más allá de un estereotipo de apariencia física existen estereotipos delimitados por las conductas o personalidades de las personas homosexuales. Además, el estereotipo de género define la orientación sexual.

En la CATEGORÍA 2: Concepciones de sexualidad y género. En esta categoría analizamos las concepciones que tienen los prestadores de servicios sobre la sexualidad, la heterosexualidad, la homosexualidad, identidades y orientaciones de género, estereotipos, prejuicios, discriminación, homofobia, violencia simbólica, evolución social hacia una integración social de la disidencia sexo-genérica. De tal manera que esos sistemas de creencias se relacionan con valores y actitudes muy específicas, respecto a la sexualidad y género que reproducen un discurso hegemónico del campo sexual, el cual influye en las lógicas de atención al cliente disidente del sistema sexo y género. Las concepciones e identidades sexuales y de género dominantes asumen modalidades diversas, con diferentes implicaciones de poder y resistencia para las y los disidentes del sistema sexo-género.

La CATEGORÍA 3: Prácticas de los prestadores de servicios y las lógicas de atención hacia el turista disidente del sistema sexo y género. El propósito de este apartado fue explorar las lógicas del servicio realizadas por los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora y observar si en sus procedimientos de atención a

clientes existen métodos y principios adecuados respecto a la atención a clientes disidentes del sistema sexo-género. Encontrando en el trabajo empírico tres dimensiones de la lógica de servicios de los entrevistados. Primera, no existe una diferenciación de servicio entre clientes LGBTTTI, no presentan una oferta que reconozca las necesidades de este nicho de mercado; para los entrevistados los clientes disidentes de sexo y género son clientes homogéneos y además “normales”, lo anterior evidencia nuestro segundo hallazgo, encontramos un discurso de la normalidad lo que implica que conlleva también a que no exista oferta particular en el servicio a clientes LGBTTTI. Todo lo anterior implica a que los entrevistados no cuentan con protocolos de atención diseñados y/o adaptados para clientes disidentes de sexo y género en sus prácticas de atención a clientes.

En la CATEGORÍA 4: Conocimientos generales de la modalidad de turismo LGBTTTI. En esta categoría exploramos los conocimientos generales que los prestadores de servicios de servicios turísticos del estado de Sonora tienen de la modalidad del turismo LGBTTTI. Encontramos de inicio que la modalidad de turismo disidente del sistema de sexo y género es un tanto desconocida para los entrevistados, además que el concepto que asocian a su imaginario es turismo Gay no turismo LGBTTTI; es decir, cuando les preguntamos sobre turismo LGBTTTI, los entrevistados solo lo visibilizan como turismo gay y dejan al margen otro tipo de turismo disidente del sistema sexo- género como las parejas de lesbianas, los transgénero, los transexuales etc.

EL CAPÍTULO VIII nos enmarca las conclusiones de esta investigación. Al respecto podemos señalar que: existe un discurso heteronormativo en los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora, ese discurso heteronormativo es el discurso hegemónico, él que se hace presente, más no necesariamente en sus vertientes más ortodoxas de pecado o de patología sino en una noción de normalidad social. Los prestadores de servicios dicen que tratan a las personas disidentes del sistema de sexo y género como clientes “normales”, es decir, tienen un discurso de atención a clientes sin discriminación; sin embargo, el discurso heteronormativo de la no discriminación tiene implícitos tanto al discurso como a la práctica heteronormativa. Aparentemente, el discurso de los prestadores de servicios a

la no discriminación y a la práctica heteronormativa de los límites para los clientes disidentes del sistema sexo-género, no es suficiente para construir espacios en donde el cliente se sienta “cómodo”, debido a que el cliente se autocensura y se autolimita, por que asumen que es un espacio heteronormativo y buscan guardar ciertos comportamientos.

Además de que reconocemos de que existen avances en materia de legislación a las garantías individuales de las personas con identidad sexual distinta a la heterosexual aun con ellos, se presenta discriminación y homofobia a la disidencia sexo genérica. Es necesario alinear las estrategias de las políticas públicas actuales que norman la actividad turística, a los derechos humanos, garantías individuales de los intereses del turista disidente de sexo y género.

En los documentos bases (Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y el PND 2013-2108) para el desarrollo de estrategias en materia de políticas públicas, aparecen tres dispositivos de poder ideologías del sistema sexo-género dominante: la noción binaria de los sexos; la noción binaria de los géneros; y el binarismo erótico y el heterosexismo por lo que se resta la posibilidad de crear sociedades inclusivas, libre de homofobia, respetuosas de la diversidad sexual y a la diversificación de fuentes de ingreso a través del turismo LGBTTTTI.

Y como reflexiones finales presentamos que: en una sociedad compleja como la actual, no se puede hablar de una identidad única e inmutable sino que más bien se debe hablar de una pluralidad de ámbitos de identificación.

Los retos estriban es discutir como sociedad asuntos relevantes como los marcos normativos, la discriminación, la cultura, la inclusión social, en general aquellos asuntos en materia de Derecho a fin de proteger y establecer sistema de derechos y libertades de todos los miembros de una sociedad, es necesario elevar los Derechos Humanos a rango constitucional, representando así una protección a todas las personas que componen una sociedad.

El reto que enfrenta el turismo LGBTTTTI es el de generar una relación entre los organismos públicos y privados a fin de establecer una sociedad que elimine barreras de prejuicio y discriminación, además mantenga una actitud solidaria al visitante y residente homosexual; para lograr lo anterior es necesario que los esfuerzos

encaminados para a promover el turismo, en especial el turismo LGBTTTI, por los diferentes niveles de gobierno y todos los actores y agentes involucrados en la cadena productiva del turismo no pierdan de vista que para generar una agenda de competitividad deben existir cambios estructurales, como marcos jurídicos, políticas públicas, políticas de desarrollo entre otros.

CAPÍTULO II - MARCO TEÓRICO-CONCEPTUAL

2.1. Turismo

2.1.1. Escuelas del Pensamiento y Concepción Turística

El turismo es el fenómeno social más importante de esta época, ofrece la posibilidad de convivir, compartir y conocer las poblaciones locales de los más disímiles lugares de la “aldea global” en que se ha convertido nuestro planeta (Ferrer & Riverón, 2009). Con el transcurrir del tiempo y en la medida en la que se exteriorizan las transformaciones sociales, el concepto de turismo evoluciona en la misma proporción.

Algunas de las corrientes del pensamiento que han dado origen a la concepción del turismo son las corrientes cinética y psicosocial, las escuelas humanista y sociológica, así como la teoría general de sistemas y de turismo (Molina, 2009).

La corriente cinética destaca el desplazamiento de los individuos en el territorio. Los principales exponentes de esta teoría fueron los alemanes Glücksmann y Bormann. Glücksmann en 1929 define al turismo como: “El vencimiento del espacio por otras personas que afluyen a un sitio donde no poseen lugar fijo de residencia”. En 1930 Bormann puntualiza que turismo es:

El conjunto de viajes cuyo objeto de placer o los motivos comerciales o profesionales y otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal. No son turismo los viajes realizados para trasladarse al lugar de trabajo (De la Torre Padilla, 2012:13).

La corriente psicosocial acentuaba las relaciones sociales y culturales resultantes del movimiento de viajeros, así como, los fenómenos psicológicos que surgían del contacto entre visitantes y residentes de las comunidades locales. Los principales exponentes fueron Morgenroth y Steadner. Morgenroth define el turismo como: “El tráfico de personas que se alejan temporalmente de su lugar fijo de residencia, para detenerse en otro sitio con objeto de satisfacer necesidades vitales y de cultura, o para llevar a cabo deseos de diversas índole, únicamente como consumidores de bienes económicos y culturales.” En tanto Josef Steadner en 1930, puntualiza que el turismo

Es el conjunto de viajeros de lujo. Aquellos que de *motu proprio*² se detienen en un sitio, fuera de su lugar fijo de residencia y con su presencia en ese país no persiguen ningún propósito económico sino sólo buscan la satisfacción de una necesidad de lujo (De la Torre Padilla, 2012:13).

Posterior a estas corrientes surge la escuela humanista, la cual centra su estudio en el individuo, colocando los aspectos sociales por encima de los económicos. Los estudiosos del turismo que sobresalen es esta corriente son Hunziker y Krapf los cuales en 1942 definen al turismo como “la suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto no estén ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada” (Molina, 2009).

Más adelante emerge la escuela sociológica, la cual integra los aspectos económicos, sociales y humanos del turismo. En esta corriente se incorporaron nociones de geografía para el análisis del turismo, así como la Organización Mundial del Turismo (OMT) incorporó la noción de turismo de negocios. En 1981 Burkark y Medlik definían al turismo de la siguiente manera: “los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia los destinos fuera de lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”. La OMT sostiene:

El turismo comprende las actividades que se realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, negocios y otros (Molina, 2009:11).

Por último, está la teoría general de sistemas y el turismo, esta nace a partir de la creciente complejidad del turismo; este modelo es una herramienta que permite un acercamiento a la dinámica del turismo, facilita el entendimiento de todos los elementos

² Motu proprio: Utilizado como expresión para indicar que se hace algo espontáneamente, sin responder a petición previa.

que se interrelacionan con el objetivo de integrar la multiplicidad de visiones y conceptos que han hecho del turismo un sistema complejo. Esta teoría contempla la articulación de estrategias locales basadas en los recursos endógenos con los que cuentan los diferentes territorios, o lo que viene a ser lo mismo, el entorno y los recursos naturales, culturales, económicos, medioambientales y políticos, al igual que los factores asociados al turismo como clúster³, micro clúster y cadenas productivas del turismo (Jiménez & Jiménez, 2013).

Es posible reconocer que las diferentes definiciones que se han utilizado en la academia y profesión del sector turismo centran su idea en que el turismo es “el desplazamiento del lugar de su residencia habitual y el desplazamiento es temporal y no motivado por razones de lucro”. También es importante reconocer que a partir de la posmodernidad, las conceptualizaciones involucraron otra variable que fue las relaciones y los hechos que se dan entre los viajeros y los residentes. Considerando que el estudio se realizará en un marco socio antropológico es importante que la definición que se utilizará mencione los aspectos sociales y culturales que emergen de las relaciones de los turistas y los residentes, razón por lo cual se utilizará la siguiente definición:

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas, que fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (De la Torre Padilla, 2012:15).

Otra de las concepciones importantes a señalar es la de “turista”: persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por recreación; alguien que viaja por placer o cultura, visitando varios lugares por sus objetos de interés, paisajes, etcétera”. (De la Torre Padilla, Turismo Actividad Mundial , 2012). Según la

³ CLUSTER es: en inglés, clúster significa ramo, racimo o conglomerado; en general, conjunto de cosas iguales que se agrupan en torno a un punto común.

En gestión empresarial se aplica a un conjunto de empresas concentradas en un mismo entorno geográfico y que desarrollan una actividad económica similar o pertenecen a sectores industriales relacionados entre sí. Las empresas formantes del clúster cooperan para mejorar su competitividad, para alcanzar objetivos comunes.

Los clúster turísticos se podrían definir por servicios (alojamiento, restauración, transporte, etc.), por marco geográfico (comarcas, rutas) o por temas (turismo cultural, de naturaleza, gastronómico) (Glosario de turismo y hostelería, 2013)

OMT un turista “es un visitante que pernocta”; se clasifica en interno, receptor o emisor (OMT, 2012). El turista interno, es residente viajando en su propio país; los turistas receptivos son visitantes procedentes de otros países y el turista emisor, es el residente de un país que se dirige a otros países.

2.1.2. Perspectiva para el Análisis del Fenómeno Turístico

Para efecto del presente estudio y más allá de las conceptualizaciones primarias del turismo es importante seleccionar la teoría base para el análisis del fenómeno del turismo. Se han tomado dos propuestas o posturas teóricas que han cimentado el análisis y aplicación actual del fenómeno del turismo, una de ellas es la Teoría General de Sistemas y la otra es la Teoría de Sistemas Complejos (Castrejón, Serrano-Barquin, Cruz, & Gutiérrez, 2011). Dichas teorías podrán aportar elementos que contribuyan a la construcción de un arquetipo alternativo, que explique la relación del fenómeno del turismo con el desarrollo de las competencias que deben de generar las empresas del sector turismo para satisfacer eficientemente las expectativas de los demandantes del servicio turístico.

La Teoría General de los Sistemas (T.G.S.) propuesta de L. Von Bertalanffy indica que el enfoque mecanicista desestima la esencia de los fenómenos, en esta esencia el todo está integrado en sus partes y las partes de manera individual contienen al todo. La T.G.S. señala que "es necesario estudiar no sólo las partes y procesos aislados, sino también resolver los problemas decisivos hallados en la organización y el orden que los unifican, resultantes de la interacción dinámica de partes y que hacen el diferente comportamiento de éstas cuando se estudian aisladas o dentro del todo".

Actualmente existe un sin número de aproximaciones del turismo desde la T.G.S ya que, como se señala en el escrito “Enfoques Teóricos para Aplicaciones Concretas: Complejidad y Turismo” “[...] se considera que el abordaje sistemático es un paradigma en los estudios turísticos porque la visión sistemática tiene gran difusión, alcance y utilización de los estudios del área y hasta la actualidad es la teoría que mejor explica la dinámica del turismo a pesar de que aún contiene elementos que dificultan su comprensión; sin embargo, una de las desventajas que se pueden observar en las

aplicaciones de la T.G.S al estudio del turismo como sistema, es que éste está dado, el investigador únicamente lo describe, interpreta y analiza con la finalidad de predecir y anticipar su funcionamiento futuro; si bien, se correlaciona el subsistema natural con el social, éstos se analizan de manera independiente [...]” (Castrejón, Serrano-Barquin, Cruz, & Gutiérrez, 2011).

En el mismo sentido, el análisis teórico para el estudio del fenómeno del turismo nos aportará la noción de pensamiento complejo, la cual fue acuñada por el filósofo francés Edgar Morín y refiere a la capacidad de interconectar distintas dimensiones de lo real; concepto que se opone a la división disciplinaria y promueve un enfoque transdisciplinario y holístico, aunque sin abandonar la noción de las partes constituyentes del todo. Pero ¿Qué es la complejidad? A primera vista la complejidad es un tejido (complexus: lo que está tejido en conjunto) de constituyentes heterogéneos inseparablemente asociados: presenta la paradoja de lo uno y lo múltiple. Al mirar con más atención, la complejidad es, efectivamente, el tejido de eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones, azares, que constituyen nuestro mundo fenoménico (Morin, 2008).

El turismo visto a partir del pensamiento complejo conlleva una reflexión de la realidad para generar nuevos conocimientos; éste debe de estar holísticamente integrado, por lo que no se puede aislar ni estudiar de manera independiente, es así que el todo puede ser estudiado a partir de la Teoría de Sistemas Complejos.

Considerando que el fenómeno del turismo es de carácter complejo y tiene sus ramificaciones en varios sectores, se convierte en objeto de estudio en distintas disciplinas (Acerenza, 2006). Dicho lo anterior, para realizar investigación científica del turismo es importante no ver este fenómeno como una actividad en sí, se debe ver como tal, un fenómeno; del cual es importante descifrar lo que “está oculto” lo que va más allá de la apariencia. Así que para establecer las implicaciones y los efectos del fenómeno del turismo, es preciso analizar bajo el marco de diferentes disciplinas tales como la geografía, ecología, la psicología, la antropología, la sociología y sin lugar a dudas, desde la economía.

Desde la geografía se ha estudiado al turismo, focalizando la comprensión de las relaciones entre el espacio y las actividades turísticas y a las repercusiones que estas relaciones tienen sobre el territorio.

Desde la ecología, el estudio de turismo comprende la presión humana sobre los ecosistemas y cómo ésta no siempre deriva en consecuencias satisfactorias (Acerenza, 2006). La ecología relaciona las corrientes turísticas con la degradación del ambiente de los destinos turísticos seleccionados por los turistas, es importante que el desarrollo del fenómeno del turismo se dé siempre bajo condiciones de turismo sostenible.

Los estudios del turismo desde la perspectiva psicológica ha contribuido a conocer porqué viaja la gente, al explicar los factores psicológicos individuales y sociales que influyen en las motivaciones y las decisiones de viaje, así como del comportamiento del turista, responde a interrogantes de cómo, cuándo y porqué viaja el turista.

Los estudios matemáticos del turismo, han permitido utilizar las herramientas cuantitativas para los análisis cualitativos del fenómeno del turismo. Desde la ciencia de la antropología, se desarrollan teorías para conocer la parte de la naturaleza que impulsa al ser humano a realizar viajes y cómo modifica la organización socioeconómica y cultural de la entidad a la que llega e incluso de la que emigra, es decir, analiza las propias relaciones entre los visitantes y los locales.

Por medio de la sociología, se logra un acercamiento a las causas sociales del fenómeno del turismo, se examinan las clases sociales, los hábitos y las costumbres de los anfitriones y huéspedes (Ferrer & Riverón, 2009); así como el impacto que se genera en las comunidades receptoras, desde el aspecto de la cultura y el proceso del desarrollo de las dinámicas de interacción social.

Sin lugar a dudas, es importante definir el fenómeno del turismo desde la perspectiva económica, misma que se genera en el proceso del desarrollo del fenómeno del turismo. En cualquier desplazamiento humano se genera gastos que se pueden captar como ingresos los cuales activan la economía de la entidad receptora la cual define el cambio de divisas, los ingresos de trabajo, transformación, la distribución de los beneficios, el desarrollo y los ingresos y egresos del gobierno (Cohen, 2010). Los resultados del análisis desde la perspectiva económica son sin lugar a dudas indicadores

que permiten sustentar la generación de las políticas públicas que rigen la normatividad turística.

Considerando lo anterior expuesto, se concluye que el fenómeno social del turismo debe analizarse bajo una metodología sistémica, que resulta a partir de la interacción de diversas ciencias para poder comprender los procesos de aculturación⁴ en la participación de clases sociales dentro de la actividad turística.

Dada la naturaleza de esta investigación, las ciencias que se integraran para la búsqueda de las respuestas a los planteamientos señalados serán la sociología y la antropología; sin embargo como anteriormente se mencionó, de manera habitual se visualiza al turismo como una estructura estrictamente comercial, que se estudia por indicadores económicos, con los cuales se promueven las políticas públicas en las que se rige la actividad turística, no obstante, para fines de esta investigación, se centrará al turismo desde una perspectiva que incluye lo cultural debido a que la investigación va más allá de una visión económica que lo restrinja a una industria o a un negocio.

Se analizará al turismo como un fenómeno que está presente en cada nivel y en todos los fragmentos de la vida social, en los intereses, en las motivaciones y prácticas sociales de los individuos, en el modo de percibir, en la forma de relacionarse con otros, se analizará como un fenómeno que permea en el comportamiento social del individuo; sin embargo, es importante reconocer que no se puede separar lo económico de lo social, cuando se producen cambios estos repercuten en ambos fenómenos. La industria del turismo promueve un rápido crecimiento económico⁵ que conlleva efectos importantes tanto económicos como socioculturales.

2.1.3. Impacto Económico del Turismo

⁴ Aculturación: Proceso sociocultural, que va a influir de manera determinante en la personalidad de la persona que adquiere las características propias de otra cultura diferente a la suya, como son hábitos, costumbres, valores, tradiciones, etc. (Montejo, 2013)

⁵ El consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) estima que en el año 2017 la participación del PIB turístico con respecto al PIB global mundial será del 10.9% y cubrirá el 8.3% del empleo global. (Secretaría de Turismo, 2012). Para Sonora, el turismo representa un motor de crecimiento económico y fuentes permanentes de empleo para sus habitantes (Gobierno del Estado de Sonora, 2012)

En el momento que la actividad turística genera el pago de un servicio, el turismo es esencialmente un hecho económico y social; es decir, cuando existe un intercambio comercial por un servicio turístico se generan efectos económicos de gran importancia para la economía de una entidad. Los beneficios económicos son probablemente la principal razón por lo cual muchos países están interesados en el desarrollo y análisis del turismo. En ese sentido la contribución de ese sector a la economía mundial es innegable; el turismo es la segunda industria más grande del mundo, siendo su contribución estimada 10% del PIB⁶ mundial. Los principales impactos económicos del turismo se relacionan con los ingresos por divisas, la contribución a los ingresos públicos y la generación de empleo y oportunidades de negocios (Brida, Pereyra, Such, & Zapata).

De acuerdo a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) a la que pertenece nuestro país, México es uno de los tres países que mayores beneficios económicos obtiene de su actividad turística, solo por debajo de España y Portugal; en México representa el 8.2% del PIB, para España el 11% y para Portugal el 10.5%. Otro beneficio económico que desarrolla el turismo es la generación de empleo; la industria mexicana del sector empleo reporta que el sector turismo emplea a 2 millones 420 mil personas. Los destinos turísticos son receptores en su mayor parte del turismo doméstico, el cual es de gran importancia para México, ya que representa el 87% del consumo total en la industria, mientras que el resto proviene del visitante internacional (Gobierno del Estado de Sonora, 2010). El petróleo, las remesas y el turismo han sido las fuentes de recursos del exterior que más han contribuido a financiar los saldos de la cuenta corriente de la Balanza de Pagos (De la Torre Padilla, Turismo Actividad Mundial , 2012).

La captación de divisas por visitantes internacionales pasó de 6,246 durante enero-junio de 2011 a 6,632 millones de dólares en el primer semestre de 2012, lo que representa un crecimiento de 6.2%, de los cuales 84.7% correspondió a turistas con pernocta y el restante 15.3% a excursionistas fronterizos y en crucero. Los ingresos captados por el turismo de internación ascendieron a 5,339 millones de dólares y

⁶ P.I.B.: Producto Interno Bruto. Es el valor de los bienes finales producidos al interior de un país en un tiempo determinado, en él, se incluye la producción de los residentes en el país, tanto nacionales como extranjeros (Álvarez, 2009)

representaron 80.5% del total de las divisas captadas, con un gasto medio de 760.9 dólares por estancia. La balanza turística presentó un saldo superavitario de 2,901 millones de dólares durante los primeros seis meses de 2012, 10.6% más al observado en igual periodo de 2011. Los ingresos sumaron 6,632 millones de dólares, en tanto que los egresos se ubicaron en 3,731 millones de dólares. (Gobierno Federal, 2012). El turismo está considerado como una vía de aumento del potencial económico, una actividad medular para la economía nacional⁷, que en el incremento de la renta, la atracción de inversiones, la creación de empleos y en la entrada de divisas están latentes los beneficios económicos que implica el fenómeno del turismo.

Lo anterior posibilita el catalogar al turismo en base al sistema económico capitalista, es decir, como un fenómeno económico que genera riquezas a través de los diversos componentes del sistema turístico, de una gran dinámica empresarial y de su aportación económica al Producto Interno Bruto.

2.1.4. Impacto Social del Turismo

El turismo es un fenómeno particularmente social por gestarse en el desplazamiento humano, sin duda es muy importante su impacto social tanto en la comunidad receptora como del propio turista. De la Torre Padilla sostiene que:

El turismo, se configura como uno de los elementos más importantes en la integración y difusión de una cultura universalizada, ya que permite el intercambio de costumbres y tradiciones, las cuales motivan a su vez la práctica de la actividad (De la Torre, 2012:80)|

Como consecuencia del turismo se estrechan los lazos de amistad y/o desacuerdos entre pueblos y personas de distintas regiones, tejidos culturales que se entrelazan; así mismo, esta actividad modifica la producción y la naturaleza del arte y artesanía local, de tal manera que el encuentro entre dos culturas ocasiona una tercera cultura diferenciada. A este fenómeno se le conoce como “transculturación” e implica la conjugación de dos o más culturas que dan como resultado otra distinta. (De la Torre Padilla, Turismo Actividad Mundial , 2012). Por estos motivos es importante estudiar el

⁷ Comentario realizado por Álvaro López López.- Premio Universidad Nacional en Investigación en Ciencias Económico-Administrativas 2008 (García, 2012)

impacto del turismo en sus niveles sociales, debido a que puede causar determinados perjuicios y molestias a nivel comunitario, que pueden llegar a repercutir a nivel macro social.

No obstante, el fenómeno del turismo puede ser altamente positivo, siempre y cuando se realice con el sentido de libertad, de tal manera que los que ejercen el poder de la conducta de masas, no actúen conforme a intereses particulares, en los que la libertad del individuo queda minimizada por quienes detentan el poder.

Es importante no pasar por alto otro de los grandes impactos sociales que trae consigo el fenómeno del turismo como lo es la generación de empleos, que como bien lo señala De la Torre Padilla, es cuantiosa y diversificada, además beneficia indirectamente a varias gamas de actividades económicas que de una u otra forma se interrelacionan con el turismo; se confirmará como un medio de desarrollo cultural, de un producto o de trabajo en el sector formal e informal (hoteles, restaurantes, agencias de viaje, alquiler de vehículos, etc.).

2.1.5. El Turismo Fenómeno Económico Productor de Significados

López Santillán y Marín Guardado, en su artículo titulado. *Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura* señalan que el turismo como proceso económico y fenómeno social moderno inició en Inglaterra a mediados del siglo XIX. Cobró fuerza en la posguerra, sobre todo por los avances tecnológicos el desarrollo de la industria aeronáutica y el crecimiento de las empresas turísticas. El capitalismo es identificado como el sistema de iniciativa individual absolutamente libre: las relaciones sociales y económicas se regulan por contrato (Torres, 2012), y la fuerza de trabajo libre, que se convierte en mercancía. Los medios de producción están concentrados en un pequeño sector de la sociedad, los más pobres tenían que vender su fuerza de trabajo sobre la base de un contrato de salario. La extensión del trabajo asalariado y la expansión del capital han operado una profunda transformación de las estructuras además en las ideologías de la vida familiar, en funciones de la familia nuclear y en las relaciones heterosexuales.

La familia cobró un nuevo significado como unidad afectiva, se convirtió en una institución que no proveía bienes, sino satisfacción emocional y felicidad. Son estas transformaciones en la familia las que crearon las condiciones necesarias para hacer posible la emergencia de una identidad sexual distintiva (D' Emilio, 2006). En esta época, el sexo estaba encadenado a la procreación, se condenaba la expresión sexual fuera del lazo matrimonial; ideológicamente la expresión heterosexual llegó a ser el medio de establecer la intimidad, promover la felicidad, y experimentar el placer. Sin embargo, al despojar al hogar de su independencia económica el capitalismo creó las condiciones que permitirían a algunos hombres y mujeres, replantear su existencia sexual y organizar su vida personal en torno a su atracción erótico- emocional hacia personas del mismo sexo, deviniendo el surgimiento de identidades personales basadas en la capacidad de permanecer fuera de la familia heterosexual y de construir una vida personal basada en la atracción hacia el propio sexo.

Esos cambios estructurales, que fueron influenciados por la producción en serie, el consumo masivo, las ideologías familiares, entre más, trataron de ser analizados e interpretados a través de varias teorías. Karl Marx, precursor de las teorías Marxistas emanadas del análisis del capitalismo y los efectos entre los individuos y las relaciones sociales, trataba de resolver ¿Por qué cambia la sociedad? ¿Que impulsa los cambios en las sociedades? Él señaló que el sujeto no existía, sino que era el preso de las estructuras que le daban acción al sujeto. (Poder, relaciones de poder, representaciones hegemónicas) Idea que Gramsci apoyó argumentando que “las batallas se ganaban a través de la cultura”, refiriendo que es a través de campos como la medicina, la educación, de modos institucionalizados que se generaban relaciones de poder (hegemonía) determinantes en las acciones de los sujetos.

En los nuevos escenarios del capitalismo, que presentaba el reconocimiento de nuevas identidades sexuales , además el nacimiento de una sociedad burguesa con recursos económicos, tiempo libre para viajar y además que diferenciaba a la gente de acuerdo con el género, la raza y la clase dominante del sistema, fueron razones para que los temas de interés para Marxistas fueran: las nuevas formas de identidad y patrones de vida en grupo dado que las principales preocupaciones de esta corriente eran el liderazgo, la moral y las prácticas sociales moralmente aceptadas.

Pero no fue sino hasta la corriente de la Sociología Comprensiva, cuando Max Weber, basada en un proyecto cultural de la burguesía y la clase social que se ligaron las acepciones de las representaciones modernas de la sexualidad, que estructuran el campo sexual y se construyen relaciones de distinción social.

La génesis del turismo en masas, ocasionado por la revolución industrial, además la consolidación del capitalismo, que debe de entenderse como una entidad histórica, no en un sentido que hace referencia a los métodos de producción, pero no por eso deja de entenderse como un sistema que originó que se transitara de la producción en serie al consumo masivo de la preocupación por satisfacer necesidades, las entidades económicas se transformaron en empresas que segmentan el mercado, identificando así comportamientos muy marcados y diferentes entre los diversos nichos de mercados. Nichos de mercado en los que se encontraban las nuevas identidades sexuales como la homosexual y la ya reconocida y aceptada socialmente la heterosexual, ambas circunscritas en una sociedad regulada por relaciones de poder, a través de los discursos hegemónicos producidos por las estructuras sociales y reproducidos en los sujetos provocando relaciones de poder y distinción social.

Es precisamente en la confluencia de modernidad y capitalismo donde se entrelaza el turismo y la noción de la identidad gay.

Un suceso importante para la expansión del turismo fue la decisión de los organismos internacionales, que desde la década de los sesenta, lo promovieron como una estrategia de crecimiento económico y una forma de desarrollo de las naciones. A partir de esos años se inicia el estudio sistemático de este fenómeno, ante la innegable necesidad de describir y evaluar los cambios ocurridos en las distintas sociedades que adoptaron el turismo como vía de desarrollo (López Santillán & Marin Guardado, 2010).

Stonza, citada por López y Marín (2010) clasifica los estudios del turismo en dos vertientes: la que refiere al análisis de la génesis del turismo y, otra, que destaca los impactos de la industria en las sociedades receptoras; sin embargo esta clasificación carece de sentido cuando se avizora la necesidad de promover una perspectiva holística e integral del fenómeno del turismo, en términos de producción económica e impacto socio cultural.

Chambers considera los diversos elementos que intervienen en el turismo tanto a nivel local como global que inciden y al mismo tiempo son afectados por el proceso de turismo. El autor se inclina por una forma de estudiar el turismo en donde el turista no sea el principal elemento de la experiencia turística (Chambers, 2000). Lanfant sostiene que es necesario dejar de analizar al turismo como un proceso determinado por las relaciones estructurales y renunciar a la idea de que las comunidades receptoras y los trabajadores del sector turismo son receptores pasivos en la vorágine del desarrollo (Lanfant, 1994).

Con lo anterior podemos concluir que en el análisis sistemático del turismo han existido dos enfoques:

1. Los que tienen una orientación económico-mercadológica (orientados a detectar estrategias, debilidades, oportunidades y amenazas donde se desarrolla la actividad turística) , (Krapf, 1963; Mariotti, 1974; Figuerola, 1999; Molina, 2007; Ramírez, 2012)
2. Los de orientación y enfoques socioculturales orientados al estudio de los impactos en las comunidades, a partir de sus tradiciones, cotidianidad y desarrollo local. (Cohen, 1984; Sebrelli, 1984; Molina y Rodríguez, 1986; Ascanio, 1992) Gússeppe, 1990; Kadt, 1991; Mazón, 2001; Getino, 2002)

Cuando se utiliza el término sociocultural es para hacer referencia a cualquier proceso o fenómeno relacionado con los aspectos sociales y culturales de una comunidad o sociedad. Cuando se aplica el adjetivo de sociocultural a algún fenómeno o proceso se hace referencia a una realidad construida por el ser humano que puede tener que ver con cómo interactúan las personas entre sí mismas, con el medio ambiente y con otras sociedades. De tal modo, un elemento sociocultural tendrá que ver exclusivamente con las realizaciones humanas que puedan servir tanto para organizar la vida comunitaria como para darle significado a la misma (Definición ABC, 2014).

Cuando hacemos referencia a significados, recurrimos a la noción teórica que el autor Clifford Geertz desarrolla sobre el concepto de cultura en la primera parte de su obra titulada *La interpretación de las Culturas*. Para Geertz la cultura es siempre significación de algo, es un tejido de relaciones sociales creadas por el ser humano las cuales transforman al ser humano y este a ellas, por tanto el análisis de la cultura “no es

una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significados” (Geertz, 1992). La cultura implica las diferentes maneras y expresiones presentes en una sociedad dada, así, los usos y costumbres, las prácticas y rituales que se lleven a cabo, la forma de vestir y las normas de comportamiento pueden incluirse dentro del rubro cultura. Por tanto, la cultura explica la acción comunicativa entre los seres humanos la forma que interactúan, comparten, modifican y amplían su propia cultura, dando significado a las interacciones y características que son representativas de diferentes grupos sociales y de sociedades completas; la cultura tiene diferentes niveles de representación que nos permiten descifrar los códigos contextualizados en que se encuentran información en el mensaje. Es decir, el análisis de la cultura nos permite dilucidar las interpretaciones de otras personas sobre lo que ellas y sus semejantes piensan y sienten, es desentrañar las estructuras de significación, de los códigos establecidos y determinar su campo social y alcance.

Según Geertz uno de los problemas en el estudio de la cultura⁸, es la forma de abordar el estudio de lo social y propone que para el estudio de la cultura el investigador debe tomar en cuenta el contexto en el que se desarrollan las situaciones o fenómenos sociales observados ya que estos son expresiones comunicativas de las ideas; lo que se busca es la explicación, interpretando expresiones sociales que son incomprensibles en su superficie, pero con un trasfondo de acciones simbólicas que comunican y representan las expresiones individuales y colectivas de los seres humanos inmersos en una sociedad (Geertz, 2003).

Así, la mirada hacia el análisis holístico del turismo está dirigida a observar y comprender, los referentes lingüísticos que utilizan los actores humanos para aludir a la vida social como definiciones, ideologías o estereotipos; así como, observar y comprender ciertas características de los lugares, de las personas, la relación entre ellos y sus contextos.

Cristina Oehmichen Bazán, señala:

el turismo representa todo un conjunto de elementos simbólicos que ofrecen, con la comodidad del hospedaje seguro y alimentación estandarizada, un

⁸ Geertz entiende la cultura como un todo en el que sus partes interactúan entre sí tan estrechamente y abarcan tantas áreas en el espectro social que es prácticamente imposible su estudio individual lo que representa una dificultad al querer enfocarse a un solo aspecto de esta, pues se deben resaltar las demás partes para hablar de esa pequeña parte que sólo le interesa a él o la investigadora.

sueño hecho realidad. Sueño en el que las pautas de percepción, interpretación y acciones colectivas han sido moduladas por la industria del espectáculo y la interconectividad global (Oehmichen, 2013).

A partir de lo anterior, se puede inferir que el turismo no sólo es un fenómeno con impacto económico, sino también es un fenómeno con impacto sociocultural, productor de espacios, significados y experiencias; una fuerza de mercantilización⁹ de los lugares y la cultura que articula a empresas globales, locales instituciones, estados, turistas, prestadores de servicios turísticos y comunidades receptoras, en procesos diversos de imaginación social, formas de representación cultural y prácticas de consumo, que influyen de manera trascendente en las transformaciones de nuestro entorno, de la vida social y de las concepciones que tenemos del mundo.

2.1.5.1. Percepciones. Las percepciones son actos cognitivos que se forman a partir de un contexto social previamente existente (Salles & Rubalcava, 2002). En el campo de la psicología, que es el área que más ha estudiado este concepto, en términos generales se ha definido a la percepción:

como el proceso cognitivo de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios entorno a las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, en el que intervienen otros procesos psíquicos entre los que se encuentran el aprendizaje, la memoria y la simbolización (Vargas, 1994:48).

El concepto de percepción ha evolucionado a través del tiempo; Gibson sostiene que la percepción es un proceso simple, relacionado a la percepción como un mecanismo de supervivencia, en donde el organismo, sólo percibe lo que necesita para sobrevivir.

En la psicología clásica de Neiser, la percepción es un proceso activo-constructivo. Esta noción señala que el perceptor tiene información archivada en la conciencia, la cual le permite construir anticipadamente un sistema información para después procesar la nueva información. Una vez que se procesa la nueva información, le brinda al perceptor la posibilidad de contrastar el estímulo y aceptarlo o rechazarlo.

En la psicología moderna, la percepción se concibe como el conjunto de procesos actividades que alcanza los sentidos (visuales, auditivos, táctiles) mediante los cuales

⁹ La teoría de mercantilización refiere como idea central al proceso mediante el cual ciertos bienes transforman su valor de uso por valor de cambio, a través de su incorporación al circuito del mercado del turismo. Para un análisis más exhaustivo, ver a López y Marín (2010).

obtenemos información del contexto en el que nos desarrollamos, como nos desarrollamos en él y en nuestros estados internos (Salles & Rubalcava, 2002).

Con lo anterior, podemos concretar que la percepción es la imagen mental que se forma con ayuda de la experiencia y las influencias del entorno, que da como resultado un proceso de selección, interpretación y corrección de sensaciones la cual permite determinar la forma de las tener actuaciones.

La percepción de un individuo es subjetiva, selectiva y temporal. Se dice que es subjetiva ya que las reacciones a un mismo estímulo varían de un individuo a otro, las formas de percibir en de las personas se va a ver influenciada por distintos contextos. Es selectiva porque es consecuencia de una naturaleza subjetiva de la personas, la cual no puede percibir todo al mismo tiempo y selecciona su campo perceptual en función de lo que desea percibir. La percepción también es temporal, la forma en que las personas llevan a cabo el proceso de percepción evoluciona a medida de que se fomentan las experiencias o varían las necesidades y motivaciones de los mismos (Guardiola, 2016).

En lo referente a nuestro trabajo de investigación vamos a analizar los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora y el impacto en la atención al cliente disidente del sistema de sexo-género. Entendiendo que la sexualidad es una parte importante en la vida de las personas y que es natural que éstos tengan actitudes marcadas, complejas y diversas al respecto. No obstante, es posible que las actitudes ante la sexualidad y el género (y el comportamiento en la misma) estén moldeadas por percepciones valores y creencias profundamente arraigados.

2.1.5.2. Valores. En la sección anterior señalamos que la percepción de un individuo es subjetiva, ya que las reacciones de un mismo estímulo varían de un individuo a otro y las formas de percibir en de las personas se va a ver influenciada por distintos contextos. Los valores se alinean de cierta manera a este argumento en el sentido de que el poder de los valores proviene del hecho de que son las personas quienes aceptan vivirlos libremente. Si las personas los experimentan permean en las organizaciones a través de ellos. Los valores no se practican por decreto o por imposición y sólo son las personas

los que los pueden interiorizar hacerlos propios y ser determinantes para las acciones en la vida (Yarce, 2009).

A diferencia de las percepciones, los valores son relativamente estables y duraderos; se puede decir que, una vez que las percepciones pasaron por un proceso de interiorización personal dejan de ser conceptos y se convierten en valores que se habitúan en la persona.

Podemos concluir que los valores se relacionan con sistemas de creencias acerca de determinados objetos y procesos. Las personas pueden tener un complejo sistema de creencias sobre la sexualidad y el género, sobre las diferencias biológicas entre los sexos, la identidad y la orientación sexual, sobre la discriminación hacia las personas de la comunidad LGBTTTI, sobre la homofobia. Todo ese sistema de creencias genera actitudes en los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora y tiene un impacto en la atención a clientes disidentes del sistema de sexo y género.

La importancia que presentan los valores para este estudio, es en el sentido que nos ayuda como base para el entendimiento de las actitudes y comportamientos de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora e influyen en la atención al cliente. De tal manera que en esta investigación buscamos definir ¿qué son los valores? ¿Cómo se hacen presentes en las organizaciones? ¿Cómo los verbaliza él o la prestador (a) de servicios turísticos del Estado de Sonora en la atención a clientes disidentes del sistema sexo y género? Éstas y otras preguntas, se generan con frecuencia en torno al tema, encuentran una respuesta en esta investigación.

2.1.5.3. Actitudes. Los sistemas de creencias se relacionan con actitudes específicas hacia el actuar cotidiano. Las actitudes son juicios evaluativo, favorables o desfavorables, sobre objetos, personas o acontecimiento. Son tendencias relativamente durables de emociones, creencias comportamientos orientados hacia las personas, agrupaciones, ideas, temas o elementos determinados.

La actitud se entiende “una predisposición aprendida para responder constantemente a un modelo favorable o desfavorable con respecto al objeto social dado” (Escámez, 1991:528), citado por (Hirsch, 2005). Tiene tres componentes: cognoscitivo, afectivo y comportamental. El primero, es el sector de opinión o de la

creencia; denota conocimiento, opinión, idea, creencias o pensamiento en torno al objeto, la persona, resultado o el suceso, por medio de este se decodifica la información que se posee con respecto a un tema. El afectivo se refiere al sector emocional es decir al de los sentimientos o evaluación de la persona sobre algún objeto, persona, resultado o suceso, y el de comportamiento se refiere a la intención de un individuo, a comportarse de cierto modo hacia una persona, hacia una idea o hacia un objeto.

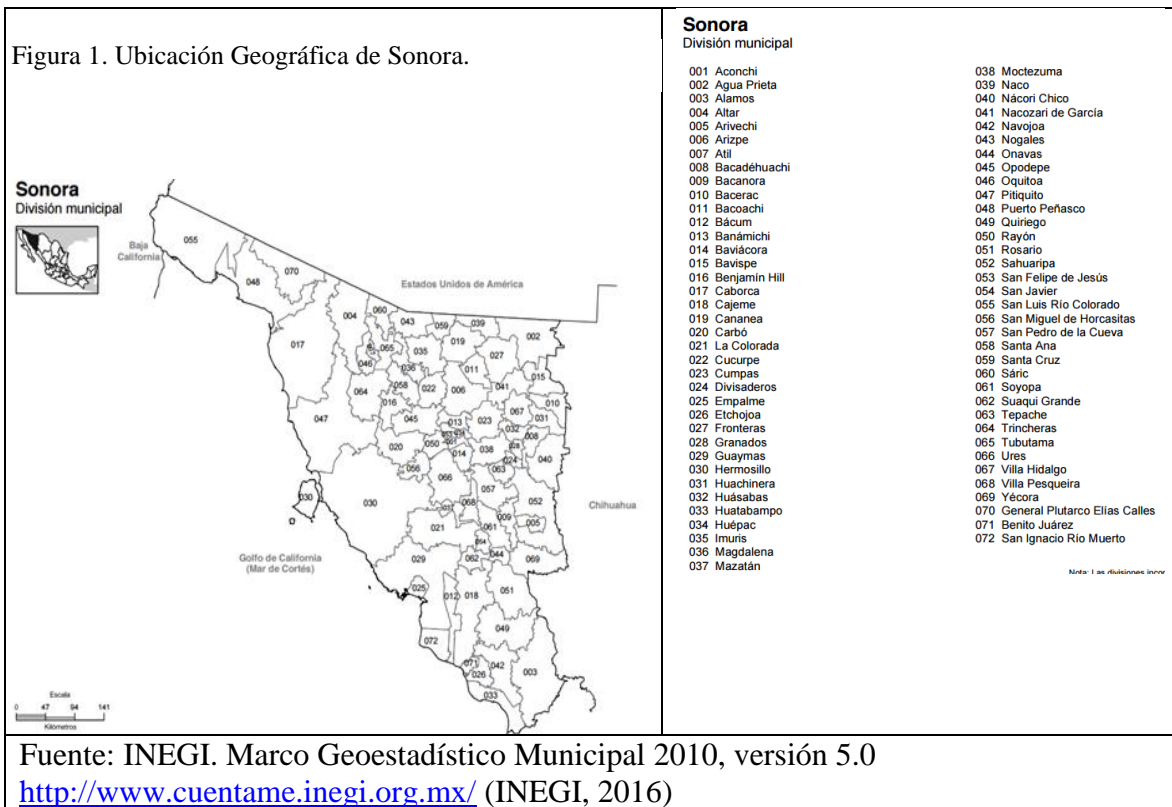
Las actitudes denotan los valores propios, sociales y de grupo del prestador de servicios turísticos del Estado de Sonora que dan cuenta aspectos comunes compartidos por ellos, y que los diferencian de otros grupos sociales, en este caso, de clientes disidentes del sistema sexo-género. Es entonces bajo este contexto que trataremos de analizar dentro de los significados de sexualidad y género las actitudes que tienen los prestadores de servicios del estado de Sonora y su impacto en la atención al cliente LGBTTTI.

2.1.6. El Turismo en Sonora

2.1.6.1. Ubicación geográfica de Sonora. Sonora, es el segundo estado más grande de la República Mexicana, por su extensión territorial y ubicación geográfica. La superficie del estado es de 185,082 km². En el año 2015 su población era de 2, 850,330 habitantes¹⁰.

El estado lo conforman 72 municipios, siendo Hermosillo la capital del Estado. Sonora colinda con el Estado de Chihuahua al Este; con Sinaloa, al Sur; con Baja California, al Noroeste, por lo que sus costas pertenecen al mar de Cortés o Golfo de California; y al Norte comparte una extensa frontera con el Estado de Arizona y una más pequeña con Nuevo México. Cuenta con salida natural al Oeste hacia el Mar de Cortés. (Gobierno Federal, 2013) (Ver Figura 1)

¹⁰ Según el INEGI. Fuente Encuesta Intercensal 2015.



2.1.6.2. Potencial Turístico de Sonora. Sonora es uno de los Estados de la República Mexicana turísticamente privilegiado debido a su ubicación geográfica, por lo que es considerado un destino turístico. Su oferta turística se sustenta en los recursos naturales y culturales que posee, así como, la infraestructura (transporte, carreteras y hospedaje). Por la variedad de ecosistemas del Estado, es factible la práctica de diferentes actividades recreativas y turísticas tales como: el buceo, pesca, turismo cinegético, turismo rural, ciclismo de montaña, entre muchas más. La infraestructura que soporta la oferta turística del Estado de Sonora, es una fortaleza para la entidad como destino turístico. En transporte el Estado cuenta con aeropuertos de llegadas nacionales e internacionales, localizados en los municipios de: Hermosillo, Cd. Obregón, Puerto Peñasco y Nogales. El transporte terrestre es favorecido por diferentes líneas comerciales de transporte de pasajeros que recorren el largo y ancho la República Mexicana, de igual forma cubre rutas a destinos internacionales primordialmente a Estados Unidos. Respecto a las carreteras, los visitantes y residentes tienen acceso vía terrestre a los 72 municipios del Estado utilizando carreteras de dos y cuatro carriles.

En cuanto a la infraestructura hotelera, según datos proporcionados por la Mtra. Patricia Salido Araiza ¹¹El inventario de infraestructura hotelera, al 31 de diciembre del 2009 Sonora cuenta con una oferta de 15,806 habitaciones aproximadamente agrupadas en un registro estatal de 448 establecimientos de hospedaje, 20 de 5 estrellas¹², 44 de 4 estrellas, 73 de 3 estrellas, 73 de 2 estrellas, 67 de una estrella y 171 sin categoría.

En equipamiento turístico ¹³ el Estado de Sonora al 2009, se conforma por 864 establecimientos de preparación y servicios de alimentos y bebidas con categoría turística que complementan la oferta de este sector en el Estado; los cuales según su actividad y giro se identifican 652 restaurantes, 41 cafeterías, 55 discotecas y centros nocturnos, 116 bares, 68 agencias de viajes, 15 balnearios, 37 empresas arrendadoras, 8 campos de golf y 14 centros de convenciones.¹⁴

Según el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable del Estado de Sonora (Gobierno del Estado de Sonora, 2010) son ciertas regiones en el estado las que están detonando de manera un poco más rápida en el tema turístico, como lo son: Hermosillo, Puerto Peñasco, Cd. Obregón, Guaymas, Nogales, Navojoa y Magdalena de Kino, quienes presentan mayor movimiento en el crecimiento de la oferta hotelera.

Concedores de la diversidad de destinos turísticos que presentan un crecimiento sostenido en afluencia nacional e internacional de demanda turística, se reconocen que una de las principales fortalezas con las que cuenta Sonora como destino turístico son sus playas, que entre la más desatacadas se pueden mencionar Bahía de Kino, el Desemboque, el Himalaya, los Algodones, Huatabampito, Puerto Libertad, Puerto

¹¹ M.C. Patricia L. Salido Araiza, Investigadora del Centro de Investigación en Alimentos A.C. (CIAD A.C.)

¹² La clasificación de hoteles representa una realidad en cuanto al potencial turístico de servicio donde se presenta desde el tipo más elemental de hospedaje hasta el más lujoso y completo en calidad y variedad de servicios. 5 estrellas: instalaciones y servicios excepcionales, 4 estrellas: instalaciones de lujo y servicio superior, 3 estrellas: instalaciones adecuadas servicio completo y estandarizado sin grandes lujos, 2 estrellas: servicio infraestructura básicos una estrella sol ofrece lo indispensable. (Sector. Gobierno Federal, Sin Fecha)

¹³ Se entiende por equipamiento turístico al conjunto de instalaciones e instrumentos; al sistema necesario para la elaboración del producto turístico. También se le conoce como oferta complementaria, analizándose en este punto la oferta en restaurantes, agencias de viajes, guías de turistas, etc. (Gobierno del Estado de Sonora , 2010)

¹⁴ Datos proporcionados por M.C. Patricia L. Salido Araiza, Investigadora del Centro de Investigación en Alimentos A.C. (CIAD A.C.)

Lobos, Punta Chueca, Puerto Peñasco y San Carlos Nuevo Guaymas. (Gobierno del Estado de Sonora, 2012) las playas que representan turísticamente al estado, o mejor dicho que cuentan con infraestructura y equipamiento turístico que posibilita la afluencia tanto del turismo nacional como el extranjero son: Puerto Peñasco y San Carlos municipio de Guaymas.

Por tanto para efectos de esta investigación se considerarán los destinos turísticos de Puerto Peñasco, San Carlos, municipio de Guaymas y Hermosillo; entre otras razones se seleccionaron por el crecimiento de la oferta y demanda turística que presentan, su infraestructura y equipamiento turístico; otra importante razón para la elección de estos destinos estriba en que, según varios autores, el turista disidente de sexo y género selecciona los destinos de sol, arena, playa y grandes ciudades (Marín, 2012) para realizar sus excursiones con fines de recreación, placer o cultura.

No obstante, la vida de las personas disidentes en sexo y género no sólo están definidas por su sexualidad, sino también por otra serie de elementos tales como la clase social, la raza, la edad que a su vez influyen en las decisiones de consumo; así que sol, arena y playa no son elementos aislados para la decisión del turista de diversidad sexo-genérica al momento de seleccionar el destino ideal para recrearse; sino una variedad de factores y elementos incluyendo que el destino sea *gay-friendly*¹⁵. tenga oferta de vida nocturna y buenos restaurantes. (Melián-González, Moreno-Gil, & Araña, 2010) y eventualmente todos los elementos anteriores se verán influidos por el entorno socio-político en que viven.

2.1.6.3. Impacto económico del turismo en Sonora. La afluencia turística del Estado de Sonora es en su mayoría turistas nacionales (más del 60%), mientras que el resto proviene principalmente de mercados de Estados Unidos. Durante el 2009 Sonora tuvo una afluencia de 7, 024,039 turistas, generando una derrama de \$20'635 millones de pesos (Gobierno del Estado de Sonora, 2010).

La afluencia de visitantes creció 1.8 por ciento respecto a igual periodo de 2011, cerrando en 1, 826,734 personas, de las cuales 71.5 por ciento fueron de procedencia

¹⁵ En la década de los 80's las empresas y los medios se dieron cuenta que estaban descuidando un nicho de mercado es así que se van creando las campañas dirigidas y se crea el concepto *gay friendly* Las empresas *gay friendly* promueven la aceptación homosexual y combaten la homofobia. Entre sus objetivos no solo está tomar en cuenta a este nicho, sino también contratar empleados con estas preferencias sexuales.

nacional y el 28.5 por ciento de extranjeros. El gasto promedio estimado de los turistas nacionales fue de 799.1 pesos diarios, mientras que el de los extranjeros ascendió a 1,180.4 pesos por día. Asimismo, la derrama económica generada en Sonora se estimó en 5,533.8 millones de pesos, cifra que representa un incremento de 3.2 por ciento (ver tabla 1).

Tabla 1. Indicadores del Sector Turismo Sonora.

INDICADORES DEL SECTOR TURISMO SONORA			
AFLUENCIA	2009	2010	Var. 09-10
NACIONALES	4,901,228	5,419,710	10.6%
EXTRANJEROS	2,919,203	2,858,301	-2.1%
TOTAL	7,820,431	8,278,011	5.9%
DERRAMA	Millones de Pesos	Millones de Pesos	
NACIONALES	12,001.15	13,580.11	13.2%
EXTRANJEROS	10,967.45	10,921.34	-0.4%
TOTAL	22,968.60	24,501.45	6.7%
ESTANCIA PROMEDIO	Días	Días	
NACIONALES	3.3	3.3	0.0%
EXTRANJEROS	3.4	3.4	0.0%
GASTO PROMEDIO	Pesos	Pesos	
NACIONALES	742.0	759.3	2.3%
EXTRANJEROS	1,105.0	1,123.8	1.7%

Fuente: Gobierno el Estado de Sonora, 2010.

En conclusión, Sonora es un Estado con potencial turístico, es una región que cuenta con atractivos naturales y culturales, con vías de comunicación y medios de transportación que lo hacen accesible, así mismo, es un destino que dispone de establecimientos de hospedaje y alimentación para atender la demanda turística; es un estado cuya derrama económica por la actividad turística es superavitaria, con gran potencial para el desarrollo del turismo, y en este marco del potencial turístico de Sonora.

2.1.7. Turismo LGBTTTI

El turismo se ha identificado como una de las ramas económicas con mayor dinamismo del mercado mundial, asociado a la modernidad e impulsado por el modelo económico capitalista (Fonseca, 2009). Es precisamente en la confluencia de modernidad y capitalismo donde se entrelaza el turismo y la noción de la identidad gay.

Pereira (2012) citando a Blaine J. Branchik, citado por (Pereira, 2012). Señala que el turismo LGBTTTI se ha desarrollado en tres fases:

1. La fase oculta antes de 1941;
2. La fase de la creación de la comunidad gay de 1941 a 1970, y
3. La fase de afianzamiento, de 1970 hasta el presente.

En la primera fase, la fase *oculta*, -más bien del ocultamiento- existían bares, casinos y prostíbulos clandestinos, que ofrecían servicios para gays. La segunda fase, *creación de la comunidad gay*, se inicia en EE.UU., luego de la Segunda Guerra Mundial, con la expansión de la prensa gay, la revolución sexual y en los disturbios de Stonewall. Estos disturbios, a mediados de 1969, fueron grandes manifestaciones espontáneas y violentas contra una redada policial que tuvo lugar en el bar gay Stonewall Inn, del barrio neoyorquino de Greenwich Village. La tercera fase, a partir de 1970 hasta nuestros días, ha visto un crecimiento exponencial del nicho gay, a la vez que la aceptación del mismo, en forma cada vez más abierta. Se reconoce la existencia de este nicho de mercado y de su gran capacidad de compra.

Como expresión del ideario moderno y de las luchas por la igualdad jurídica y contra la discriminación en los años sucesivos cientos de miles de varones y mujeres homosexuales y trans (transgénero, transexuales y travestis) “salieron del closet” y demandaron el derecho a vivir de manera abierta su orientación sexual y de género, a no ser discriminados y a ser incluidos en la sociedad y en la política pública (D'Emilio, 2006). Las aspiraciones del movimiento de liberación gay, expresadas en manifestaciones sociales, culturales y políticas han tenido un gran impacto en el mundo, incluido México.

En este contexto de transformaciones socioculturales, el mercado capitalista ha hecho posible la formación de comunidades urbanas de lesbianas y de varones gays (Weeks, 1985) la consolidación de una formación política basada en la identidad sexual y la creación de una subcultura urbana de varones gays, de mujeres lesbianas y población trans. En el marco de una transformación de los valores, las concepciones y las actitudes, las empresas ha respondido con la creación de un colosal mercado dirigido a esta población. El sector turismo no ha estado ausente de estas transformaciones, incluso algunos autores destacan la importancia que tuvo el turismo (de gays mexicanos hacia otros países y de gays de extranjeros a México) para la construcción de una identidad y

una agenda política gay en México a tono con la agenda global en los años setentas del siglo XX (Laguarda, 2009).

El desarrollo del capitalismo, señala Tim Mc-Caskell, citado por Jeffrey Weeks (Weeks, 1985) ha "desenmarañado" las emociones y el erotismo. Ahí donde tradicionalmente existía una sola necesidad, el capitalismo ha producido tres: la vida erótica, la vida emocional, la vida reproductiva; las cuales se han separado y ahora son necesidades humanas diferenciadas, mientras que antes significaban lo mismo. Ahora se rompe con los esquemas tradicionales acerca de las relaciones entre el sexo y el amor, el sexo y las relaciones, el sexo y el placer, y el sexo y las emociones, el sexo y la reproducción.

A las aspiraciones del movimiento de liberación gay, ante el pluralismo en el ámbito sexual, los diversos estilos que lo conforman aunque no han roto del todo con la heteronormatividad, si han pugnado por prescindir de sus intenciones reguladoras, el capitalismo ha respondido con la creación de un colosal "mercado gay"; en consecuencia ha ampliado el abanico de opciones que oferta el sector turismo y ofrece a este segmento de mercado servicios que incluyen: agencias de viajes, líneas de cruceros, hoteles, centros de relajación, clubes nocturnos, compañías de publicidad etc. dirigidas específicamente al turismo LGBTTTI o que han implementado estrategias y/o prácticas administrativas para lograr el objetivo de atraer a los turistas LGBTTTI. Estos cambios organizacionales no se derivan a que ahora existan más personas no heterosexuales, sino que ahora las personas LGBTTTI están más conscientes de sus derechos, son más visibles y exigen el respeto de los mismos.

Cuando se habla de turismo LGBTTTI se está hablando de un turista que tiene la noción de derecho, que se identifica a un colectivo y asume su identidad, en gran medida ese reconocimiento a la "identidad gay" se ha dado por los avances en materia de derechos civiles por los movimientos feministas y movimientos LGBT entre otros, así como, la ampliación de los medios comunicaciones y la difusión social a la múltiples formas de gozar la sexualidad, por lo que se ha logrado que aquellas personas que se mantenían en la sombra decidan vivir su vida, con mayor apertura y libertad.

La globalización¹⁶ es un fenómeno que sin lugar a dudas ha coadyuvado a la evolución del turismo; es aquí donde emerge un rompimiento del tiempo y la distancia, es una época donde la comunicación es instantánea y se presenta un abanico amplio de vías de comunicación que facilita el acceso a los diferentes destinos turísticos; esta facilidad de acceso a destinos turísticos favorece el turismo en masas y genera la interacción entre las personas, provocando impactos socioculturales que obligan a una cultura tener influencia sobre las otras, generando así procesos de aculturación¹⁷ que darán como resultado, entre otras cosas, una diversidad de estilos de vida (en la forma de vivir y disfrutar la sexualidad) propiciando modificaciones a las culturas, pensamientos, ideologías e identidades que conllevan a una diversidad sexual que marca pauta en el hacer y el ser del sujeto logrando el reconocimiento del LGBTTTI, que encuentran en el turismo una actividad de recreación.

El turismo LGBTTTI, es un fenómeno que se empezó a ser evidente en los últimos años del siglo XX y ha cobrado enorme fuerza en el transcurso del siglo XXI, primero en los mercados, por tratarse de un segmento identificado desde la mercadotecnia como suficientemente rentable, después como sujetos de derechos civiles (Zarur, 2011). Es una tendencia del fenómeno del turismo, en la cual se pone de manifiesto una creciente demanda de nuevos servicios para una segmentación de mercado que tiende a la “normalización” de la oferta turística que debe concebirse y practicarse con una apertura de espíritu de educación, respeto y aprendizaje de las legítimas diferencias entre las culturas los seres humanos y su diversidad sexual.

Jeff Guaracino explica claramente porque el movimiento gay se ha revolucionado y desde el 2001 varios países y ciudades han decidido “salir del closet” y denominarse *gay friendly*”. Guaracino lo atribuye a 7 razones:

1. A partir del suceso 9/11¹⁸ fue necesario intensificar las estrategias de promoción y publicidad para reactivar la industria del turismo; aún con el

¹⁶ La globalización, es la creciente integración de economías y sociedades alrededor del mundo. (Banco Mundial, 2014)

¹⁷ Aculturación: Proceso sociocultural, que va a influir de manera determinante en la personalidad de los sujetos que adquiere las características propias de otra cultura diferente a la suya, como son hábitos, costumbres, valores, tradiciones, etc. (Montejo, 2013)

¹⁸ Los atentados del 11 de septiembre de 2001 (denominados comúnmente como 9/11), fueron una serie de atentados terroristas suicidas cometidos aquel día en los Estados Unidos por miembros de la red Al

pánico global que se generó por la acción terrorista, las personas homosexuales no dejaron de viajar y campañas de promoción y publicidad se dirigieron específicamente a ellos lo cual fue motivo de que fueran los protagonistas en la recuperación del acenso en la industria de los viajes;

2. Las personas homosexuales tienden a viajar más, ya que gracias a la sensibilización social que hay de la existencia de personas homosexuales, y que eventualmente se encuentran en la vida cotidiana, se ha mitigado el riesgo histórico del turista gay de visitar otras culturas;
3. Las personas homosexuales quieren visitar más lugares y les gusta sentirse “bienvenidos”;
4. Cada vez son más las personas lesbianas, gays, bisexuales, transexuales y transgénero que están aceptando públicamente su identidad sexual y los destinos y agencias de turismo observan este nicho de mercado y trabajan para él;
5. Las luchas sociales de las comunidades LGBT y sus aliados heterosexuales, por el respeto y reconocimiento social, como una razón muy fuerte para el aumento en los viajes de gays y lesbianas;
6. Los resultados de estudios de mercados elaborados por campañas internacionales sostienen que el turista homosexual se caracteriza por ser un segmento de mercado con alto poder adquisitivo y sus patrones de consumo representan un sustancioso ingreso a la industria del turismo; por último,
7. El extraordinario crecimiento de los medios de comunicación para llegar a los viajeros LGBT hace posible que las campañas de marketing del turismo gay (Guaracino, 2007)

La Organización Mundial de Turismo (OMT), fortalece la importancia económica del turismo LGBTTTI, sostiene que a nivel mundial representa el 10% del flujo anual de viajeros y engloba el 15% del gasto total que realizan los usuarios del sector (El Universal, 2012). El turismo LGBTTTI se ha convertido en poco tiempo en

Qaeda mediante el secuestro de aviones de línea para ser impactados contra varios objetivos y que causaron la muerte a cerca de 3.000 personas y heridas a otras 6.000, así como la destrucción del entorno del World Trade Center en Nueva York y graves daños en el Pentágono, en el Estado de Virginia.

uno de los segmentos de negocio de mayor crecimiento a nivel mundial es por ello que está en la mira de los empresarios de grandes compañías del sector turismo adecuar sus productos turísticos antes estas singulares demandas.

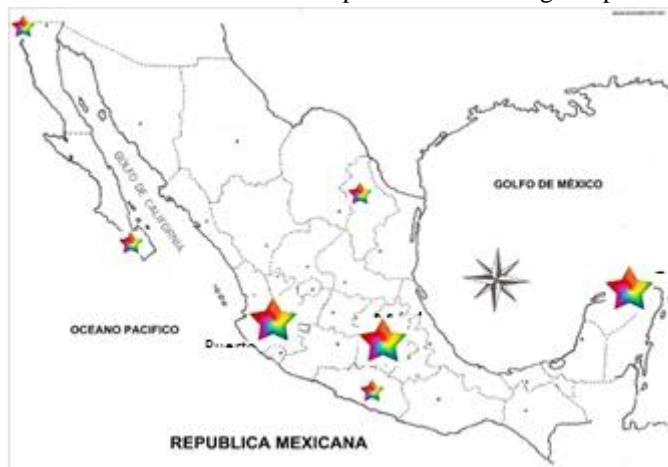
De acuerdo con el estudio realizado por *Out Now Consulting* (hosteltur.com, 2011) que se basa en una encuesta realizada en 25 países, con una muestra total de 40.000 participantes hacía prever que el gasto mundial turístico del colectivo LGTB ascendería a 123.000 millones de euros en 2012. Ese mismo estudio también estimó la clasificación mundial del gasto del turismo gay expresado en millones de dólares, con los siguientes resultados: EEUU 51.2, Brasil 20.4, Japón 18.4, Francia 11.5, Alemania 11.4, Reino Unido 9.3, Italia 8.5, México 7.8, España 6.4, Canadá 5.6, Australia 4.2, Argentina 3.8, Polonia 3.7 y Holanda con 2.5. En términos de derrama económica del turismo LGTBTTI en México se encuentra en el octavo lugar con un gasto mundial del colectivo LGTBTTI de 7.8 millones de dólares. Rodrigo Cobo el director de la agencia de viajes por Internet Travelocity explicó que los llamados “*pink dollars*”¹⁹ generados en el país representan cerca de 3% del total de la derrama económica de los turistas.

Los destinos nacionales preferidos por la comunidad LGTBTTI son Cancún, Puerto Vallarta y la ciudad de México (Rosa, 2012). Considerando que el turismo LGTBTTI es un segmento de mercado aún no aprovechado y una tendencia del turismo influida por la dinámica social actual los empresarios y entidades gubernamentales avizoran la necesidad de modificar sus políticas públicas y de servicio por lo que empiezan a recurrir a afiliaciones internacionales dedicadas al segmento del turismo LGTBTTI. Tal es el caso de Cancún Quintana Roo, que se convertirá en la primera ciudad del país en obtener su afiliación a la Asociación Internacional de Agencias para Gays y Lesbianas²⁰ (IGLTA, por sus siglas en inglés).

¹⁹ *Pink dollars*, refiere al gasto y/o derrama económica que deja el turismo LGBT en una comunidad receptora. el dinero que se gasta por las personas que son homosexuales (The Free Dictionary by farlex, 2013)

²⁰ La IGLTA es una de las asociaciones más importantes a nivel mundial dedicada a este segmento del turismo; es a través de las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) las cuales gestionan la afiliación al IGLTA y esto representa una prueba fehaciente de que la ciudad está interesada en el nicho de mercado del turismo LGTBTTI, es decir está interesada en ser una ciudad denominada “*gay friendly*”. Así lo manifestó en entrevista Ron Kuijpers, representante en México de IGLTA. Entrevista personal realizada en Cancún, Quintana Roo.

Figura 2. Ciudades mexicanas con la más amplia variedad de lugares para turistas LGBTTTI.



Fuente: Elaboración propia.

Las ciudades de México, Puerto Vallarta, Guadalajara, Monterrey, Tijuana, Acapulco, y el Distrito Federal son las ciudades con oferta diversificada para los turistas LGBTTTI, como restaurantes, bares, tours operadoras y lugares de entretenimiento (López & Van, 2010) Ver figura 2. Sin embargo, día a día crece el número de destinos turísticos donde los empresarios visionarios de los diferentes destinos están modificando sus prácticas empresariales y dar así un mejor servicio al turista LGBTTTI. Cada día mayor el número de empresas de diferentes ciudades que se registran al IGLTA tal son los casos de: Tulum, Isla Mujeres, Playa del Carmen, Mérida, Santa Rosa, Playa de Rosarito, Los Cabos (IGLTA, 2011) por lo que son consideradas para el turismo LGBTTTI como ciudades “*gay friendly*”²¹.

El presidente de *Out Now Consulting*²², Ian Johnson, indicó que el factor de elección más importante para los viajeros LGBTTTI es el nivel de preparación del personal que les atenderá, en el sentido de que comprendan las preocupaciones de sus huéspedes, así como que el destino receptor sea un destino *gay friendly* (hosteltur.com,

²¹ En la década de los 80’s las empresas y los medios se dieron cuenta que estaban descuidando un nicho de mercado es así que se van creando las campañas dirigidas y se crea el concepto *gay friendly* Las empresas *gay friendly* promueven la aceptación homosexual y combaten la homofobia. Entre sus objetivos no solo está tomar en cuenta a este nicho, sino también contratar empleados con estas preferencias sexuales. (Revista del Consumidor, 2011).

²² *Out Now Consulting* es una compañía líder mundial de marketing gay desde 1992. Es un organismo especializado de la comercialización de productos y servicios de gays y lesbianas. Sus principales pericias corporativas son estrategias de comunicación LGBT, investigación de mercado de gays y lesbianas, y asesoramiento estratégico de marketing gay. *Out Now* es líder de marketing global desde 1992. <http://www.outnowconsulting.com/>

2011). El mercado LGBTTTI es un segmento cada vez más visible en el que se ha comenzado a entender que al proporcionar bienes y servicios sin prejuicios, los clientes corresponderán con confianza y lealtad.

La diversidad de productos y servicios que en el mercado se encuentran para satisfacer las necesidades del segmento de mercado LGBTTTI, es una muestra latente de que hay demanda y que hay satisfactores por ofertar desde la perspectiva empresarial. El turista LGBTTTI se revela como un atractivo segmento de mercado, con potencial, accesible, concentrado y que justifica la inversión; por ello es importante ser atendido y respetado por el prestador del servicio turístico. Si las empresas quieren construir fuertes relaciones con los clientes disidentes de sexo y género el primer paso es respetar su sexualidad y el segundo es ser solidarios; por lo que tienen la obligación de reconocer el vínculo entre la aceptación social de la diversidad sexual, las políticas públicas y los efectos de éstas en su negocio.

El Estado de Sonora no está ajeno a la dinámica de una industria turística heterogénea, en donde el empresario debe mantener lógicas de atención a clientes en conjunto con su cultura organizacional²³ que contribuyan a lograr que el estado se convierta en un líder en la actividad turística a través de la diversificación de mercados, productos y destinos, además, es importante considerar que el estado de Sonora, como la República Mexicana, funcionan bajo un sistema económico capitalista en donde emerge una sociedad de consumo.

La demanda turística LGBTTTI presenta características diferenciales, necesidades y motivaciones específicas a las que la gran mayoría de las empresas del sector turismo del estado de Sonora no han sabido y/o querido responder. Si bien es cierto que no todos los viajeros van a consumir productos o servicios, exclusivos a una diversidad sexual, también es cierto que ningún viajero LGBTTTI debe ser excluido de alguno de ellos.

²³ Se presentan dos definiciones de Cultura Organizacional una de Desphande y Webster, (1989), citados por Páramo Morales, Dagoberto; Ramírez Plazas, Elías; Rodríguez Ramírez, Alfonso señalan que Cultura Organizacional es: Es un modelo de valores y creencias compartidos que les dan significados y les proveen reglas de comportamiento a los miembros de una organización. Siguiendo a los autores pero ahora citando a Lemaitre (1984) sostiene que Cultura Organizacional es un sistema de representaciones y de valores compartidos por todos los miembros de la empresa.

Los contextos son cambiantes, las realidades se construyen en función del otro por lo que existe una transformación en las relaciones de pareja; además, existe una tendencia general hacia la despenalización y la aprobación de legislaciones que respetan sus derechos.

Más allá de los beneficios económicos, la aprobación de la legislación a favor de la igualdad de las parejas del mismo sexo, envía una imagen de consideración, progreso y de apertura de espíritu ante el respeto a la diversidad sexual. Los derechos sexuales y reproductivos son fundamentales para construir la democracia, la igualdad y la justicia social, sin los cuales no puede hablarse de desarrollo de una región o un país (Núñez, 2011).

2.2. Gestiones Administrativas

Cada vez es más importante cumplir las expectativas de los clientes que quieren obtener un servicio de “calidad” cuando se está pagando por un producto o servicio; el concepto de calidad ha existido de manera intrínseca como parte de la comodidad y bienestar de vida; sin embargo, el concepto de calidad tal como se entiende en la presente investigación, se ha materializado en la entrega de productos y servicios para la satisfacción plena del cliente. No existe calidad sin el servicio, ni servicio sin calidad, son dimensiones que siempre están presentes de manera articulada, para el beneficio y satisfacción de las necesidades demandadas por el ser humano.

2.2.1. Calidad en el Servicio en las Empresas Turísticas

Como se mencionó en el párrafo anterior, el concepto de calidad se materializará en la entrega de productos y servicios para la satisfacción plena del cliente. Según lo cita Ramírez Cavassa en su obra *Calidad total en las empresas turísticas* el concepto de “Control total de la calidad” se debe al doctor Armand V. Feigenbaum quien en 1975 lo define como: “Un sistema eficaz para integrar los esfuerzos en materia de desarrollo de calidad, mantenimiento de calidad y mejoramiento de calidad realizados por los diversos grupos en una organización, de modo que sea posible producir bienes y servicios a los niveles más económicos y que son compatibles con la plena satisfacción de los clientes” (Ramírez, 2012).

La calidad de servicio constituye la diferencia o discrepancia que existe entre los deseos de los usuarios y la percepción del conjunto de elementos cuantitativos y cualitativos de un producto o servicio principal (Peralta, 2009:198).

De las corrientes filosóficas que han surgido en la administración y producción de las empresas en esta investigación se tomará la de Walter E. Deming la cual ha sido adaptada al turismo; su metodología, permite determinar cómo funcionan las cosas y qué proporciona la calidad en una organización, señala cómo se debe de administrar una empresa para asegurar su éxito por medio de la calidad.

Los principios de calidad aplicados al turismo de Deming son: (Ramírez, 2012)

- Concientización sobre la calidad, sin duda alguna, un proceso de mejora continua debe de emerger en la estructura organizacional de nivel superior al inferior.
- Orientar el sistema turístico hacia el “cero defectos”, esto es, hacer bien las cosas desde el inicio, es proporcionar al turista un servicio sin errores en función a su satisfacción.
- Capacitación permanente, en término de enseñanza-aprendizaje, los contextos cambian, las realidades del sector difieren los perfiles de los clientes son distintos, es por ello que esa constante evolución debe de ser respaldada con un constante proceso de aprendizaje con la finalidad de solucionar problemáticas de forma eficiente.
- Orientación hacia el mercado, se debe de visualizar la estructura organizacional con una cúspide centrada en el cliente lo cual requiere en primer orden conocer los requerimientos del cliente para satisfacerlos adecuadamente.
- Transformar el temor en reto, el turismo se enfrente a una serie de incertidumbres de carácter político, social, estacional y temporal, es muy importante manejar la actividad turística adaptando los métodos procesos, diseño de productos, inversiones, cambios de personal y técnicas acordes al vertiginoso proceso de evolución.
- Presencia de un liderazgo sistémico, un liderazgo que permite un sistema de dirección acorde a las necesidades del mercado.
- Control y retroalimentación es importante mantener un estricto control de las actividades que se están desarrollando en la empresa turística, pero sobre todo es importante retroalimentar el resultado de dichas actividades.
- La participación, significa integrar a todo el equipo de trabajo a descentralizar actividades y permitir la toma de decisiones a los diferentes niveles de la organización.
- Remplazar el control puramente numérico por el de calidad, un control de carácter cualitativo buscando la esencia del buen servicio y la

satisfacción de turista el cual encierra variables de atributos, características, conceptuales, humanas etc.

- Racionalizar esfuerzos, no significa esforzarse más, significa reducir esfuerzos inútiles; transformar métodos y procedimiento, una dinámica de cambios permanentes donde las técnicas, métodos y procedimientos se adecuen a las exigencias del cliente; no abusar de los eslóganes, los estilos saturados de publicidad provocan desinterés en el cliente potencial.
- Mejoras en el servicio, el servicio es el último eslabón de la cadena de calidad debido que es aquí donde el turista recibe y hace uso del servicio, por lo que este debe de ser eficiente, humano, gentil y debe de mejorarse de manera permanente, y por último
- Adopción de la nueva filosofía, el acogimiento de la filosofía de calidad significa cambiar el comportamiento de los servidores del turismo.

Para el turista, la calidad constituye un valor que está dispuesto a pagar por el servicio prestado y el mantenimiento del nivel de calidad requerido debe de ser permanente a todas horas, en todo momento y lugar; teniendo en cuenta que el turismo es una actividad de 24 horas (Ramírez, 2012). La cultura de calidad permite visualizar y conceptualizar el comportamiento de servicio y la actividad habitual en todos los aspectos en términos de excelencia, racionalización, capacidad interna, tecnología y sobre todo concientización.

En otro sentido, señalando los aportes de esta investigación, se avizora que desde una perspectiva integral de la socio-antropología, este estudio deberá aportar claves para la comprensión de la experiencia de los individuos (sus percepciones, motivaciones, intereses, las dinámicas del cambio y transformaciones sociales); reconociendo al turismo como un fenómeno que está presente en todos los sectores de la vida social turística y está involucrado en la totalidad de nuestro universo cultural. Esas interrelaciones estimulan al individuo a contactar nuevas culturas y civilizaciones, así como desarrollarse en nuevos contextos.

Las evidencias latentes de que la actividad turística moviliza²⁴ a miles de personas por todo el mundo demuestran que el turismo ha intensificado el contacto entre diferentes pueblos y culturas; por lo que el turismo promueve un marco de relaciones que se intercambian en un mercado global característico de una economía capitalista, raíz de la consolidación del capitalismo y el surgimiento de la sociedad de consumo, en donde se pueden analizar las adaptaciones de los nuevos mercados y diversos patrones de su comportamiento, los cuales permiten construir y reconstruir estilos de vida e identidades donde se encuentran una variedad de productos y servicios que se ofertan, así como la diversidad de respuestas locales en estas dinámicas globales de un mercado cada vez más heterogéneo.

En la génesis de un mercado de consumo fragmentado en múltiples segmentos, entre los que se encuentra el turismo de disidentes de sexo y género, es importante definir lo siguiente: ¿El prestador de servicios está preparado para ofrecer servicios de calidad dirigidos a este segmento de mercado? ¿Existen protocolos institucionales de las áreas operativas para los prestadores de servicios del sector turismo del Estado de Sonora para ofertar un servicio de calidad sin prejuicio ni discriminación? ¿Existe una ideología empresarial heterosexual? ¿Se relaciona con la disposición de ofertas turísticas para la comunidad LGBTTTI?

2.2.2. Servicio al Cliente

Los prestadores de servicios turísticos se ven enfrentados a nuevos sistemas económicos y sociales, la transformación y evolución de los mercados tienen que enfrentarse con éxito en un mundo cada vez más globalizado, el estado requiere de empresarios, trabajadores y servidores públicos más competentes. Las prácticas de los profesionales del sector turismo, deben adecuarse permanentemente a contextos de constantes y crecientes transformaciones a nivel tecnológico, social, económico, político, cultural y legal. Las concepciones, los valores, las actitudes y las prácticas administrativas del empresario del sector turismo del Estado de Sonora deben estar diseñadas para ofrecer

²⁴ La OMT hacía prever que para el 2012 se registraría una cifra de un mil millones de viajeros en el mundo, con una clara tendencia de crecimiento en los próximos años. http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/Boletin_114_

un servicio de calidad y por consiguiente *sin tintes* discriminatorios para las y los clientes disidentes de sexo y género. Jeff Guaracino, en su libro *Gay and Lesbian Tourism, the essential Guide For Marketing*, que la personas LGBTTI no buscan un trato diferenciado al utilizar algún servicio o producto turístico, que lo que ellos quieren es estar seguros de ser “bien recibidos” por lo que es necesario que la empresa sirva siempre con dignidad y respeto. (Guaracino, 2007) Por lo anterior es importante comprender ¿De qué depende el servicio al cliente?, ¿El servicio ofertado está circunscrito en los valores organizacionales?, ¿Cuáles son los valores que las empresas deben de promover?

Previo al desarrollo del concepto de valores y su clasificación, es imperante comprender que el ser humano es integral y busca la armonía de todo su ser, por lo tanto, el equilibrio en los aspectos espirituales, intelectuales, éticos, físicos y sociales. En base a ese principio se asume que desde el desarrollo integral, todos los seres humanos tienen o han tenido experiencias sobre las ideas fundamentales o los principios que mueven la actuación a todos los acontecimientos y comportamientos; esto es, a lo que cotidianamente le llamamos “valores” (Vargas, Aldana, & De la vega, 2011).

En las últimas décadas prevalece una doble postura ante los valores, algunos estudiosos en el ramo sostienen que los valores son objetivos, no están sujetos a la cultura, al tiempo, de la ciencia, ni a ninguna otra variable; son externos al ser humano y están de acuerdo con su naturaleza. Por otra parte, se plantea que los valores son subjetivos y dependen de la valoración que cada quien tiene de acuerdo con su marco contextual: cultura, edad, sexo, educación, religión, y cambian por el momento histórico y las circunstancias e incluso con los estados de ánimo del individuo, es decir, el mundo es valorado desde la propia percepción. (Vargas, Aldana, & De la vega, 2011)

Para González, los valores son aprendizajes estratégicos relativamente estables en el tiempo, determina que una forma de actuar es mejor que su opuesta para conseguir fines, o lo que es lo mismo para conseguir que salgan bien las cosas (Gonzalez, 2009).

Por tanto, se puede afirmar que el ser humano partiendo de su propia experiencia y su naturaleza sobre la que puede reflexionar, se considera un ser con capacidad para determinar sus acciones, o sea, la capacidad humana también se despliega en la acción; de estas realidades surgen los valores que son el cimiento de toda construcción humana,

los sociales y los empresariales. Los valores sociales tienen que ver con el individuo y su relación con los demás, entre estos valores se comprende el respeto, la justicia, la paz, la solidaridad, la democracia, la integridad, la coherencia, la honestidad, el esfuerzo, el compromiso y la laboriosidad; los valores empresariales se dan entre el individuo y su actividad profesional y son la excelencia, la equidad, la fortaleza, la tenacidad, la paciencia, la congruencia, la disciplina, el servicio (Vargas, Aldana, & De la Vega, 2011)

La importancia de los valores radica en que se convierte en un elemento motivador de las acciones y del comportamiento humano, definen el carácter fundamental y definitivo de la organización, crean un sentido de identidad del personal con la organización (Martín, 2009). Los valores de la empresa son pilares importantes de cualquier organización, con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros y dirigentes. Los valores marcan patrones para la toma de decisiones, promueven un cambio de pensamiento, evitan los fracasos en la implantación de estrategias dentro de la empresa, además, logran el éxito en los procesos de mejora continua.

¿Bajo qué valores operan las empresas turísticas en el estado de Sonora? ¿Sus prácticas laborales se regirán en una escala de valores empresariales bien definidos y sobre todo comprendidos?, ¿Esa comprensión si existe se llevará a la práctica en la oferta del servicio? Si los valores son inherentes al ser humano adquiridos o moldeados en los contextos sociales, políticos y económicos que se desarrolla, ¿Será la misma escala de valores para todas las personas, sin importar, edad, raza, religión sexo y en nuestro caso de interés orientación e identidad sexo genérica?, ¿Qué actitudes en los prestadores de servicio turístico se generan como resultado de los valores tanto personales como organizacionales?

Una actitud es la consecuencia de los valores y normas²⁵ que la presente, a su vez es una tendencia valoradora ya sea positiva o negativa con respecto a personas, hechos o cursos. Las actitudes reflejan cómo nos sentimos respecto a algo o alguien y predice nuestra tendencia a actuar de una manera determinada (Martín, 2009).

²⁵ Los valores juegan un papel esencial en la formación de normas o reglas y nacen de las interrelaciones grupales, son los manuales de instrucciones para el comportamiento de las empresas y las personas, son las reglas que se vende seguir en la operación de una empresa (Martín, 2009).

Ruth Arroyo señala que la actitud es la predisposición de un persona hacia una objeto o una situación específica, basada en su experiencia previa; las actitudes son las manifestaciones mentales y emocionales de nuestros valores (Arroyo, 2012)

Si la actitud es una respuesta a una evaluación mental (positiva o negativa,) basadas en experiencias previas. ¿Cuál es la actitud del prestador de servicios turísticos ante el turista LGBTTTI?, ¿Se considera que sus prácticas empresariales las desarrollan con una actitud hacia la calidad²⁶? Esta resultaría de vital importancia para la organización, que sus trabajadores desarrollen dicha actitud, ya que la misma regula los comportamientos habituales cotidianos generalizados y que pueden convertirse en hábito, que viene siendo el tipo de conducta que caracteriza a los puestos de trabajo operativos, tales como los gerentes, jefe de reservaciones, recepcionistas, recamareras en el ramo hotelero, en el rubro restauranero los *hostess*, meseros y gerentes, en discotecas y bares serían el personal de seguridad, meseros y gerentes, en una agencia de viajes los ejecutivos de cuenta o ventas, que a nuestro juicio son las personas que tiene mayor contacto con el turista.

²⁶ La actitud hacia la calidad es la orientación y disposición del trabajador a brindar un producto y servicio con características que le permitan ser competitivo y que a la vez logre esa tarifa ser las expectativas del cliente (Pérez, 2007)

2.3. Sexualidad

La sexualidad tiene una importancia fundamental que esta intrínseca en la vida de todos los seres humanos; es mucho más que el acto sexual, se trata de una constelación de significados y prácticas que son parte de nuestra experiencia cotidiana del mundo.

La sexualidad no es algo fijo o igual para todas las personas es inherentemente social en forma de muchos factores, que incluyen las creencias religiosas, las leyes, los contextos históricos, culturales, económicos y sociales en que las personas viven sus vidas. La sexualidad se forma por la opinión pública se construye a partir de tradiciones, valores, prejuicios, miedos, modas etc.

En todas las culturas, las sociedades y períodos históricos, el Estado, las autoridades religiosas y otras instituciones sociales han tratado de regular la sexualidad y la expresión sexual. Las relaciones de poder que de estas instituciones emanan aprueban de alguna forma la relación heterosexual y rechazan otras como la homosexualidad. Hablar de sexualidad tanto en el espacio público como el privado sigue siendo un tema difícil a menudo obliga a las personas a “bajar la voz”.

No obstante que la sexualidad se considere un tema difícil de tratar, exponer y sobre todo comprender, es necesario cambiar los paradigmas del discurso represivo y abordar las cuestiones de la sexualidad desde una perspectiva de construcción positiva, autoestima a través del respeto, la igualdad y la solidaridad.

La Organización Mundial de Salud define sexualidad como un aspecto central del ser humano a lo largo de la vida, abarca el deseo, las identidades y los roles de género, la orientación sexual, el erotismo, el placer, la intimidad y la reproducción. La sexualidad se experimenta y se expresa en pensamientos, fantasías, roles y relaciones (Runeborg, 2008). Por lo anterior, podemos afirmar que la sexualidad está influida por la interacción de factores biológicos, psicológicos, sociales, económicos, políticos, culturales, éticos, legales, históricos, religiosos y espirituales.

Según Iliana Gorguet, existen dos vertientes esenciales en cuanto a la sexualidad: un aspecto biológico y otro de tipo psicosocial (Gorguet, 2008). Cuando se trata del aspecto biológico se referimos al conjunto de características anatómicas y fisiológicas, es decir, la composición genética de las células y en las evidentes diferencias somáticas,

primarias y secundarias que definen al ser humano (desde las ideologías dominantes) como mujer y hombre; se vinculan además a la procreación, al impulso, al deseo, a la capacidad de respuesta sexual y al goce a través de ella, se nace con él, es universal y no es sinónimo de sexualidad (Gorguet, 2008).

Al lado del sexo está la sexualidad, el aspecto psicosocial -también se atañe al nivel afectivo- es la forma en que cada persona expresa el amor, sus deseos, pensamientos, fantasías, actitudes, actividades prácticas y relaciones interpersonales, es el resultado de factores biológicos, psicológicos, socioeconómicos, culturales, éticos, religiosos, espirituales y comunicativos. La sexualidad está moldeada desde la infancia que es cuando se adquieren ideas y actitudes hacia el sexo determinadas por el entorno familiar, escolar, por las clases sociales, por los grupos religiosos, por las diferentes culturas.

Por lo anterior podemos determinar que la sexualidad no tiene validez universal para definir el comportamiento sexual, sin embargo, los tipos de comportamiento sexual y las actitudes acerca de la sexualidad que se consideran “normales” varían mucho de una cultura a otra y entre estas. Muchas conductas que anteriormente eran consideradas prohibidas, hoy han pasado a formar parte del comportamiento sexual normal, se pueden abordar y discutir abiertamente; esto ha contribuido a eliminar una serie de mitos, tabúes, miedos y prejuicios que por tiempos milenarios han ello presa a la persona , y han influido de múltiples formas en su actuar (Colom & Requena, 2012).

A pesar de esa apertura -si no en los corazones, si en las relaciones interpersonales y la inclusión en políticas públicas- ante la diversidad sexual, las personas disidentes en sexo y género siguen desafiando las construcciones sociales, religiosas (morales) y legales imperantes sobre su orientación sexual; desafían en particular un sistema de dominación heteronormativo y se cuestiona la heterosexualidad como requisito esencial para la constitución de parejas, para la procreación y para el disfrute y goce de las prácticas sexuales polimorfas.

Ante lo expuesto, es imperante tener la claridad teórica de cómo se compone el sistema de dominación heteronormativo; podemos establecer que desde las ideologías dominantes se postula que una homología entre sexo, género, sexualidad y deseo. El

sistema dominante tiene tres formas de reducir y entender la existencia sexual:²⁷ 1. El binarismo sexual, 2. El binarismo de género, 3. El binarismo erótico. (Núñez, 2011). La organización de estos tres aspectos, a través de una serie de dispositivos de poder²⁸ y de sus aspectos, se le conoce como un sistema de organización sexo-genérica.

2.3.1. El Binarismo Sexual

Cuando hablamos del aspecto biológico nos referimos al conjunto de características anatómicas y fisiológicas, es decir, a la composición genética de las células y en las evidentes diferencias somáticas (primarias y secundarias) que definen al ser humano. El género es un conjunto de ideas, actitudes y valores que se construyen en las subjetividades del ser humano a partir de las estructuras biológicas que diferencian al hombre de la mujer, es decir, en como la sociedad construye sus masculinidades y feminidades. Sin embargo, el concepto sexo también es una construcción social, una categoría que nos permite ordenar la realidad de cierta manera y eso tiene particularidades y efectos de distinción social y políticos. Por lo que el binarismo sexual, “es la ideología y práctica de construir dos sexos en los humanos”, esto es, que el binarismo sexual es la ideología dominante que considera que solo hay dos sexos.²⁹ (Núñez, 2011:43).

Sin embargo, este binarismo sexual se enfrenta a una serie de evidencias que en este universo no existe solo el hombre y la mujer, sino una variedad sexual a la que hoy se le llama intersexual³⁰. Núñez Noriega, en su obra *¿Que es la diversidad Sexual?*

²⁷ Existencia sexual: es un término propio del Dr. Guillermo Núñez Noriega que señala en su obra *Sexo entre Varones. Poder y resistencia en el campo sexual* y la refiere existencia de los individuos que involucra aspectos anatómicos- fisiológicos, procesos psíquicos y conductas involucrados en la vivencia y el placer y el deseo erótico. (Núñez, 2000:35).

²⁸ El concepto de poder se entiende “aquellos artefactos materiales, regulaciones institucionales y discursos que estructura relaciones de poder (esto es de influencia, subordinación, control, determinación o manipulación) sobre las personas, sus pensamientos y sentimiento, sus acciones, sus relaciones o sus cuerpos”. (Núñez, 2011).

²⁹ El heterosexismo es la ideología y práctica. Que naturaliza y establece socialmente el predominio de la orientación heterosexual y la pareja reproductiva sobre las otras posibilidades sexuales y arreglos de convivencia (Núñez, 2011).

³⁰ “Personas que nacen con características sexuales cromosómicas, gonadales y genitales u hormonales que no coinciden, con las categorías sexuales binarias de hombre y mujer” (Núñez, 2011).

Reflexiones desde la academia y el movimiento ciudadano, (2011) realiza una explicación de la variedad sexual, la cual está concentrada en la siguiente tabla:

Tabla 2. Variedad sexual existente en el ser humano.

Sexo biológico y Criterio Cromosómico		
xx	Hembra	La persona tiene un desarrollo gonadal de ovarios
xy	Macho	La persona tiene un desarrollo gonadal de testículos
x	Síndrome Turner	La persona tiene un desarrollo gonadal diferente, tiene genitales externos de hembra, pero no existe un desarrollo de ovario
xyy	Klinefelter	Los genitales externos son de macho pero generalmente diferentes al ideal. Existen otros rasgos como musculatura menos desarrollada, y su talla grande longuilinia
xxx	Súper macho	Síndrome en donde el macho recibe un cromosoma Y extra.
yyy	Súper hembra	Síndrome en donde la hembra recibe un cromosoma X extra.

Fuente: Elaboración Propia. Información (Núñez, 2011)

2.3.2. El Binarismo de Género

Del binarismo de sexo se desprende este otro binarismo, el binarismo de género; el cual supone que la hembra biológica debe sentir, percibir, pensar y actuar con ciertas características que los dispositivos de poder llaman femeninas; en cuanto al macho, debe sentir, percibir, pensar y actuar con ciertas características que los dispositivos de poder llaman masculinas. Se presenta un dualismo de que la hembra es femenina y el macho masculino, en otras palabras, las personas con genitales de macho están destinadas a ser masculinas lo que es igual a hacerse hombres y las personas con genitales de hembra están destinadas a ser femeninas, lo que es igual a hacerse mujeres, esto se deriva de la ideología que remite al cuerpo lo que son conductas aprendidas (Núñez, 2011). Toda conducta que se salga de esa dualidad (hombre-masculino; mujer-femenina, es decir, el hombre femenino y/o la mujer masculina es catalogada como anormal, inclusive, intolerante e insoportable desde el punto de vista social y personal, son considerados inferiores, lo que es lo mismo, subalterno a lo dominante.

2.3.3. El Binarismo Erótico

El binarismo erótico se relaciona con la orientación sexual, el cual denota la suposición de que todo el mundo es heterosexual y la creencia de que las personas heterosexuales

son por naturaleza superiores al resto de personas con diferentes opciones sexuales. Siguiendo la ideología de del binarismo sexual y el binarismo de género, la heterosexualidad es entonces la única orientación sexual válida por las representaciones dominantes del campo sexual. Si es macho, es masculino, por consiguiente es heterosexual; si es hembra, es femenina y por consecuencia es heterosexual. La heterosexualidad patriarcal³¹, se constituye en el espacio ideológico que provee de sentido a los anteriores binarismos (sexual y de género), proyectándolos en una finalidad biológica y social, en donde la reproducción de la especie y la reproducción social de un modelo de pareja y familia donde el macho-masculino-heterosexual vuelto “padre-esposo” tiene preeminencia de autoridad y privilegios (Núñez, 2011:56). La distinción de la heterosexualidad como la única identidad sexual válida (por ser la única “natural” o acorde a un “plan divino” a un “fin biológico”) involucra la jerarquización de las identidades eróticas diferentes, tales como la identidad homosexual, bisexual, lesbiana, y en general, de relaciones entre otras personas que no sean varón masculino y mujer femenina (como mujer masculina y hombre femenino, hombre femenino y mujer femenina, hombre masculino y hombre masculino, mujer femenina y mujer femenina, etc.) (Núñez, 2011). Las diversas identidades eróticas están adquiriendo reconocimiento social y legal, en la misma medida que las ideologías de género y sexuales reproductivas pierden legitimidad bajo la expresión de nuevas formas de experimentar y disfrutar la sexualidad.

Siguiendo las variantes propuestas por Michel Dorais (1999), Guillermo Núñez Noriega desarrolló un ejercicio de reconocimiento a la diversidad sexual y sus posibilidades en la construcción de parejas, aunque en este caso las aumentó a fin de ejemplificar la intersexualidad (Núñez, 2011).

1) Personas del mismo sexo y del mismo género: dos hombres masculinos, dos hombres andróginos, dos hombres femeninos, dos mujeres femeninas, dos mujeres andróginas, dos mujeres masculinas, dos intersexuales masculinos, dos intersexuales femeninos, dos intersexuales andróginos;

2) Personas del mismo sexo y de género diferente: hombre masculino y hombre femenino, hombre andrógino y hombre masculino, hombre femenino y hombre andrógino, mujer femenina y mujer masculina, mujer andrógina y mujer femenina, mujer masculina y mujer

³¹ Patriarcal se deriva de patriarcado; es un término para caracterizar las relaciones entre hombres y mujeres en nuestra sociedad como un sistema de dominación basado en la jerarquía, donde los hombres y lo masculino ocupa el lugar dominante y privilegiado frente a las mujeres y lo que se considera femenino (Núñez,2011).

andrógina, intersexual masculino e intersexual femenino, intersexual andrógino e intersexual masculino, intersexual andrógino e intersexual femenino;

3) Personas de sexos diferentes y del mismo género: hombre masculino y mujer masculina, mujer andrógina y hombre andrógino, hombre femenino y mujer femenina, hombre masculino e intersexual masculino, mujer masculina e intersexual masculino, mujer femenina e intersexual femenina, hombre femenino e intersexual femenino, hombre andrógino e intersexual andrógino, mujer andrógina e intersexual andrógino;

4) Personas de sexos y géneros diferentes: mujer femenina y hombre masculino, mujer femenina y hombre andrógino, mujer femenina e intersexual masculino, mujer femenina e intersexual femenina, mujer andrógina y hombre masculino, mujer andrógina y hombre femenino, mujer andrógina e intersexual masculino, mujer andrógina e intersexual femenina, mujer masculina y hombre femenino, mujer masculina y hombre andrógino, mujer masculina e intersexual femenino, mujer masculina e intersexual andrógino.

Este ejercicio ayuda a comprender la visión tan estrecha que hay hacia la gran gama de posibilidades que tiene el ser humano de vivir su sexualidad, muy alejado del binarismo sexual (macho-hembra); el binarismo de género (masculino-femenino) y el binarismo erótico (heterosexual-homosexual) que han mantenido los discursos hegemónicos del patriarcado en un mundo de exclusión, de incomprensión de falta de respeto, de falta de políticas públicas y de inclusión social a las personas con disidentes de sexo y género. Así mismo, el ejercicio contribuye a reconocer la diversidad de variantes de la existencia sexual, de género y erótica de las personas; variantes que cada cultura da valor o denigra a partir de otras que han sido privilegiados por el sistema sexista de una determinada concepción de la sexualidad.

2.3.4. Diversidad Sexual

Diversidad sexual. Más que un concepto es un principio que nos permite aceptar, percibir y convivir con la diferencia. Término que pretende incorporar una paleta de orientaciones sexuales por fuera de la normatividad heterosexual. Guillermo Núñez, señala (Núñez, 2011 p: 39).

la aparición y circulación actual del término “diversidad sexual”, se inserta en esa historia social, pues en esta historia social, cultural y política que ha hecho del lenguaje el medio y el espacio de lucha, ya que es, al mismo tiempo, el medio y el espacio en que se construye las posibilidades y las formas para pensar la realidad, incluyendo la realidad compleja de los afectos, los placeres y los deseos eróticos en su diversidad.

De igual forma, el termino diversidad sexual se implementa para reducir la variedad de términos tan ambiguos como prejuiciosos: “la gente de la diversidad

sexual”, los grupos de la diversidad”, “una persona de la diversidad sexual”, “es un sexo diverso”, es de “minoría”³². Por tanto son tres los usos más problemáticos del término “diversidad sexual” que Guillermo Núñez distingue:

- 1) *Su uso como eufemismo o forma “decente” para referirse públicamente a individuos o grupos estigmatizados con palabras consideradas “vulgares”;*
- 2) *su uso como término “sombrija” para agrupar a esos individuos o grupos estigmatizados por sus prácticas sexuales o su identidad sexo-genérica;*
- 3) *su uso para referirse a la “otredad” de la trilogía de prestigio “macho-masculino-heterosexualidad”.*

Diversidad sexual es un concepto que engloba a todas las orientaciones sexuales, incluida la hegemónica, establecemos que no es un concepto exclusivo de ciertos grupos o personas, sino que es un término que incluye a la heterosexualidad y a las identidades sexuales y de género que transgrede los binarismos dominantes (macho-masculino-heterosexual, hembra –femenino –heterosexual) para colocarlos a todos en un plano de igualdad.

2.3.5. Disidencia Sexual

Como se analizó en el apartado anterior, el término de diversidad sexual involucra un cambio de paradigmas concebidos sobre los binarismos sexuales de género y eróticos, con la finalidad de colocarse en el plano de la igualdad social y legal a la diversidad sexual; es precisamente, esa lucha en la búsqueda de un plano de igualdad de oposición de la respuesta cultural, social y política dentro del campo sexual lo que da sentido al término disidencia sexual (Núñez, 2011).

Disidencia sexual o disidente de sexo y género son términos que se usan de manera restrictiva, ya que condiciona la existencia sexual y de género no acorde con la heterosexualidad o el modelo patriarcal. Este concepto señala la dimensión política y social de la diferencia y pone en cuestión el “centro” del cual se disiente (Núñez, 2011).

³² No sé hasta qué punto son minoría o en base a que se consideran minorías las persona LGBTTTI, debido a que solamente los intersexuales se estima una realidad entre el 1% y 3% según Fausto Sterling y Dorais, citado por (Núñez, 2011).

El término de disidencia sexual y de género (identidades y prácticas) que disienten del modelo sexual y de género dominantes (definidos como heterosexista y androcéntrica), enfatiza la existencia de una dinámica de poder, de lucha y de resistencia frente a las ideologías conservadoras que nombra y reivindica identidades, prácticas culturales y movimientos políticos no alineados con la norma socialmente impuesta de la heterosexualidad.

Podemos afirmar que la disidencia sexual es un término que refiere a las prácticas e identidades sexuales que se hallan en una posición fuera del contexto de la heteronormatividad, donde la prioridad no es pertenecer a las “minorías sexuales”³³ o identificarse con alguna identidad sexual y de género, sino de cuestionar a las estructuras de poder dominantes (la heteronormatividad), defendiendo el reconocimiento de las múltiples maneras de entender y vivir la sexualidad humana, fijando una postura que rompe, aleja y critica la moral dominante para dar pie a una práctica política que pugna por la dignidad del ser humano, haciendo válido los derechos humanos así como los derechos sexuales y reproductivos.

2.3.6. Teoría *Queer*

Los planteamientos de la teoría *queer* reconocen a la sexualidad humana como una construcción social, como un producto de fuerzas históricas y sociales que la han definido, normado, asignado sentido y, la han convertido en un espacio para el control social, así como en ocasión de opresiones y poderes diversos (Foucault, 1976; Weeks, 1998; Rubio, s/f).

La sexualidad humana, según la teoría *queer*, es diversa en tres aspectos: 1) en el nivel corporal-biológico, 2) en el nivel del género (lo que se entiende en la sociedad ser hombre y mujer, masculino y femenino), y 3) en lo que corresponde a la orientación sexual y afectiva. La teoría señala que ideologías históricamente heredadas nos han impedido dimensionar esa diversidad. Estas ideologías son, el binarismo sexual, el

³³ Se pone entre comillado porque este estudio no se trata de “mayorías” o “minorías” no es un asunto numérico, es un asunto de respeto y reconocimiento a las personas disidentes de sexo y género es un asunto sociocultural de concepciones heredadas que organizan el poder en base a una sociedad heteronormativa.

binarismo de género y el binarismo erótico heterosexualista (Jagose, 1996; Butler 2014; Núñez 2011).

El binarismo sexual, plantea la construcción o el reconocimiento de dos sexos, es decir que sólo hay dos sexos: macho y hembra, a pesar de que la evidencia científica nos demuestra que, tanto a nivel cromosómico, gonadal, como genital (ni se diga al nivel hormonal), existe una variedad que difícilmente puede ser reducida por ese binarismo. A esa diversidad se la ha dado el nombre de intersexualidad³⁴.

Los procesos de socialización han construido y difundido la convención del binarismo de género el cual considera que lo masculino y femenino se desprende del cuerpo macho y del cuerpo hembra. El binarismo de género para reforzarse ha tenido que “patologizar” los comportamientos y formas de habitar el cuerpo que difieren a su ideología binaria. Por ello dicha postura tiende a oprimir o excluir a hombres y mujeres que en algún sentido transgreden ese binarismo: personas transexuales, transgénero y travestis, o trans, así como a hombres y mujeres que resisten los constreñidos márgenes de lo que su sociedad delimita como masculino y femenino y como propio de hombres y mujeres (Núñez, 2011).

La teoría *queer* hace frente al sistema ideológico dominante propio de la sociedad patriarcal, que Butler (2014) ha llamado sistema de homologías del patriarcado, al cual se opone y propone en su teoría el reconocimiento de la diversidad corporal, sexual y afectiva.

2.3.7. Término LGBTTTI

El acrónimo LGBTTTI, es un término que de cierta manera trata de dar cobijo a todos los seres humanos con identidad sexual y de género distinta a la heteronormativa; el

³⁴ Atendiendo a fundamentos estrictamente biológicos podemos sostener que las personas no son fácilmente clasificables en hombre y mujer. En términos biológicos la práctica construye dos sexos de los cuerpos humanos, a partir del supuesto binarismo cromosómico, gonadal y genital de la especie. Sin embargo en la especie humana no sólo existen personas XX y XY, sino también personas con un trío cromosómico XXY, XYY, XXX, o incluso con otras combinaciones cromosómicas. De igual forma existen personas con ambas gónadas, es decir, personas con testículos y con ovarios. En cuanto a lo genital, no solo existen seres humanos con pene y testículos o con vulva y vagina, sino que existen personas con gran variabilidad corporal de tejidos genitales que según Fausto-Streling (1993) se calculan entre el 1 y 3% de la población mundial y son denominadas “intersexuales” (Núñez, 1999)

término apareció a finales de la década de los 90's a raíz de la organización ciudadana y la lucha por lo que actualmente se llama "los derechos sexuales y reproductivos"; el cual fue resultado de dos movimientos ciudadanos: el movimiento feminista y el movimiento por los derechos de los homosexuales o movimiento homófilo. El movimiento homófilo surge en Alemania a fines del siglo XIX en oposición a la propuesta de penalizar con cárcel a los practicantes de sexo entre hombres (sodomía); en efecto a esta propuesta apareció el término homosexual el cual surgió del médico alemán Karol Benkert (Núñez, 2011).

Basándonos en Núñez (2011), podemos señalar que en la actualidad el término LGBTTTI se usa para diferenciar la orientación e identidad sexual ³⁵ de las personas:

L: lesbiana, mujeres que se sienten atraídas afectiva y eróticamente hacia personas del mismo sexo (mujer).

G: gay, hombres que se sienten atraídos afectiva y eróticamente hacia personas del mismo sexo (hombre).

B: bisexual, hombres y mujeres que se sienten atraídos afectiva y eróticamente hacia personas de ambos sexos (mujer y hombre).

T: transexual, persona con identificación sexo-genérica diferente a la que el discurso heteronormativo espera en función a su genitalidad.

T: transgénero personas que además de involucrar la imagen a través de la vestimenta implica la modificación de los rasgos sexuales secundarios.

T: travesti, persona que manifiesta transgresión social, en la vestimenta y en los complementos de la misma, del género esperado socialmente en virtud a su sexo biológico.

I Intersexual , persona que nace con características sexuales cromosómicas, gonadales, genitales u hormonales que no coinciden con las categorías sexuales binarias de macho y hembra humano.

2.3.8. Construcción Social de la Sexualidad

La sexualidad se construye en un método cognitivo, integrado en un sistema de valores que dependen de la historia, de la ideología y de las representaciones sociales que lo rigen. Lo cual implica ver a la sexualidad como una construcción social, en la que es

³⁵ La Identidad Sexual es una constancia relativa en la preferencia de las personas de un sexo u otro que suele elegir como compañeros sexuales y afectivos a lo largo de tu vida (Platero & Fernández Laso, 2012)

importante definir cómo la sexualidad se convierte en un aspecto central del ser humano y factor determinante de inclusión o exclusión social.

Jeffrey Weeks sostiene que la sexualidad es un constructo social, que son las maneras múltiples e intrincadas en que las emociones, deseos y relaciones son configuradas por la sociedad en que se vive; implica entonces no considerarla como un fenómeno primordialmente “natural”, sino como un producto de fuerzas históricas y sociales, una construcción histórica que reúne a una multitud de distintas posibilidades biológicas y mentales (Weeks, 1998).

La estructura mental de la sexualidad es el resultado de las construcciones que el individuo hace a partir de las experiencias que vive, de los contextos sociales en los que se desarrolla y se origina en diversas potencialidades vitales a las que les da significado e integra en las experiencias de placer (o sea en el erotismo, ahí donde experimenta el placer físico) con el ser hombre o mujer circunscribiendo al género, para seguir en la búsqueda de lazos y vínculos afectivos con sus semejantes y con su capacidad reproductiva (Weeks, 1998).

La sexualidad se construye en la mente de los individuos a partir de las experiencias que tiene desde temprano en la vida y que la hacen significar e integrar las experiencias del placer erótico con su ser hombre o mujer (género), sus afectos que le vinculan con otros seres humanos y con su potencialidad reproductiva, se compone de cuatro elementos y son el resultado de la integración de cuatro potencialidades humanas que dan origen a cuatro holones o subsistemas sexuales: el erotismo, el género, el vínculo afectivo y la reproductividad (Rubio, s/f).

2.3.8.1. Erotismo. El holon erotismo es la potencialidad que tiene el individuo para experimentar el placer sexual; es la capacidad con la que el individuo regula su desarrollo, su aparición o su disfunción. El erotismo ocurre sobre todo a partir de la capacidad de experimentar sensaciones corporales agradables.

Podría afirmarse que el erotismo es el deseo sexual por otra persona pero no siempre es así, varía fundamentalmente en las etapas de vida del ser humano en las cuales se descubre el erotismo. Jorge Manuel Velazco Alzaga en su ensayo *Desarrollo*

de la sexualidad expone cuatro fronteras temporales, que dan idea del comportamiento promedio del desarrollo sexual, de 4 a 6 años de 7 a 12 y de 13 a 15 años (Velazco, s/f).

En la etapa de la sexualidad en preescolar, de 4 a 6 años, surgen las primeras interrogantes de la sexualidad. La curiosidad de los pequeños en edad preescolar está orientada hacia el propio cuerpo en donde la manipulación y conocimiento a sus genitales se hace presente.

La sexualidad en primaria, de 7 a 12 años. La incorporación a una vida más sociable, hace que la sexualidad infantil parezca entrar en un estado latente, la masturbación no desaparece al contrario es una práctica normal que representa el desfogue de las tensiones sexuales que sacia su curiosidad a las comparaciones del sexo biológico y tranquiliza la identidad sexual de los pequeños.

La sexualidad en secundaria, de 13 a 15 años, esta etapa trae consigo la aparición de las características sexuales secundarias. Los cambios puberales influyen directamente en la imagen corporal, que es el esquema psicológico que el sujeto tiene de su cuerpo como consecuencia de sus vivencias personales, la forma de internalizarlas y el ambiente sociocultural en el que se desarrolla. La imagen corporal está relacionada con la autoestima, que es la capacidad de tener confianza y respeto por sí mismo. (Aguilar, Botello & Aumak, Imagen Corporal y Autoestima, s/f). Aunado a los cambios hormonales ocurren también cambios fundamentales en la maduración del sistema nervioso que marcan pauta en las formas del pensamiento del adolescente. En esta época la sexualidad se intensifica, aparece la menstruación, las eyaculaciones nocturnas y la necesidad de integrarse al grupo de sus contemporáneos, es probable que los jóvenes den inicio a las relaciones sexuales por lo que el erotismo, el placer hacia el deseo sexual se intensifica al deseo de otra persona.

Es entonces, el placer erótico, la reacción física del cuerpo que adquiere diferentes matices y se expresa de múltiples formas en las que los grupos humanos se organizan para regular y normar las experiencias eróticas. Por lo que el erotismo se convierte en una experiencia que depende casi por completo de lo que significa para el ser humano, del significado simbólico que se le asigna y de la realidad que se percibe del contexto en el que se vive (Rubio, s/f).

Enlazado de forma inalienable al erotismo, se encuentra el siguiente holon de la construcción social de la sexualidad: El género.

2.3.8.2. Género. El sexo es una construcción social que opera sobre los cuerpos y los clasifica a partir de ideologías diversas. Desde la heteronormatividad sólo hay dos sexos en la especie humana (Núñez, 2011).

Es importante discutir la diferencia entre los términos “sexo” y “género”. El término sexo se refiere tanto a un acto como a una categoría de persona, una práctica y un género (Weeks, 1998). La complejidad del significado es indiscutible para muchas personas, cuando se refieren a sexo representa a una práctica, a una actividad; sin embargo, el primer uso del término “sexo” en el siglo XVI se refería a la división de la humanidad en los sectores masculino y femenino; no obstante, el proceso evolutivo del entendimiento de la sexualidad ha hecho que hoy en día sexo sea un término que se emplea a las relaciones físicas ente los sexos, (Weeks, 1998) así mismo, género al aspecto biológico de ser macho o ser hembra, y lo que se entiende por “sexual” es el producto de una convención social heredada (Núñez, 2011).

Los estudios de Robert Stoller citados por Marta Lamas, sobre identidad sexual suponen qué lo que determina la identidad y el comportamiento masculino o femenino no es el sexo biológico, sino el hecho de haber vivido desde el nacimiento las experiencias, ritos y costumbres atribuidas a los hombres o las mujeres (Lamas, s/f).

Rubio define género como “la serie de construcciones mentales respecto a la pertenencia o no del individuo a las categorías dimórficas de los seres humanos: masculina y femenina, así como las características del individuo que lo ubican en algún punto del rango de diferencias” (Rubio, s/f).

El género se convierte en el ser humano en algo mucho más complejo que sus orígenes; en las ventajas evolutivas adquiere desde los primeros años de vida del humano una dimensión psicológica compleja que los científicos llaman identidad genérica (Rubio, s/f). La identidad genérica es una especie de marco de ideas, respecto a los que son los hombres y las mujeres y lo que deberían de ser en función a su sexo: masculino y femenino, y trae consigo una cascada de ideas de lo que debería ser la mujer ideal y el hombre ideal.

La definición de la mujer y el hombre ideal implica la consideración de la “imagen corporal” la cual está ligada al género, y se refiere a las diferencias entre los hombres y las mujeres en cuanto a ideas, valores y modos de actuar. Estas ideas no tienen origen biológico, sino que son construcciones sociales que determinan lo que en cada sociedad significa ser hombre o mujer (Aguilar, Botello & Aumak, s/f). Desde los primeros años de vida la niña juega con muñecas y viste de color rosa, los niños juegan con carritos y visten de color azul debido a que son las expectativas que los padres tienen de lo que representa el comportamiento propio del sexo biológico.

En un estudio cualitativo de corte antropológico realizado en México por José Ángel Aguilar, Luis A Botello, Kimberly Aumak con grupos de hombres y mujeres adolescentes donde se reflejan las percepciones de las relaciones sexuales, señalan la variedad del comportamiento sexual según el género, afirman que las percepciones de los hombres y las mujeres en cuanto a la sexualidad van ligadas a los mitos, creencias y experiencias propias de cada sexo y generalmente operan en el inconsciente (Aguilar, Botello & Aumak, s/f).

La expresión pública de identidad genérica, se llama papel genérico (también llamados roles genéricos). Cuando estos papeles de género son estudiados en los grupos humanos, es posible la identificación de lo que es esperado por el grupo en función del género de los individuos, además la sociedad norma muchas de sus interacciones en función de estas conceptualizaciones (Rubio, s/f). La mujer que ha tenido relaciones sexuales a temprana edad son estigmatizadas como: “mujer mala”, a las mujeres se les dificulta expresar sus deseos y si lo hacen podrían convertirse para lo sociedad en “promiscuas”, la sexualidad femenina se sigue ligando a la reproducción y solo son permitidas dentro del matrimonio por lo que la sexualidad se reviste de ternura y amor. En contraparte, el hombre que tiene relaciones sexuales a temprana edad es reconocido y se le alienta para tener relaciones con diversas mujeres, a los hombres les gusta presumir sus experiencias sexuales en cantidad y frecuencia, al varón se le permiten las prácticas sexuales antes del matrimonio. Las percepciones de los jóvenes varones refuerzan el valor de la sexualidad femenina sólo a través de la procreación; los jóvenes no valoran a las mujeres que tienen relaciones sexuales o a las que ejercen con ellos su sexualidad dentro de un proyecto matrimonial.

Las expresiones de la sexualidad de los adolescentes varían según el género; la mujer reconoce la abstinencia sexual como un indicador de control y de renuncia al deseo; la masturbación, práctica común en el redescubrimiento del cuerpo y sensaciones placenteras es prácticamente un tabú en las mujeres. En el varón, la abstinencia sexual pone en duda su virilidad, la masturbación es una práctica común, justificada para satisfacer su alto grado – en la misma magnitud que las mujeres- su deseo sexual.

Por consiguiente, género es un conjunto de ideas, actitudes y valores que se construyen en las subjetividades del ser humano. Ese conjunto de ideas, actitudes y valores dan origen a la cultura de lo que se piensa sobre ser hombre o mujer, esto sin lugar a dudas se ve reflejado en como la sociedad construye sus nociones de masculinidad y feminidad.

Guillermo Núñez Noriega señala: “El concepto de género nos apunta pues, a que las diferencias observables de comportamiento de hombres y mujeres no tienen su origen en una supuesta “biología” o “naturaleza” diferenciada, sino en el proceso de aculturación que desde nuestro nacimiento nos acompaña hasta en las aparentes “insignificancias de la crianza” (Núñez, 2015:57). El género, y su institucionalización en papeles, estereotipos y guiones, es uno de los filtros más eficaces para la regulación del poder entre los seres humanos. La regulación de poderes y la hegemonía será un tópico que se abordará más adelante.

Las relaciones sexuales entre hombres y mujeres buscan tejer lazos sociales que implican emociones y sentimientos, dan origen a la búsqueda de vínculos afectivos, un holon más de la construcción social de la sexualidad.

2.3.8.3. Vínculos afectivos. Rubio (Rubio, s/f) define vinculación afectiva interpersonal como: "la capacidad humana de desarrollar afectos intensos (resonancia afectiva) ante la presencia o ausencia, disponibilidad o indisponibilidad de otro ser humano en específico, así como las construcciones mentales, individuales y sociales que de ellos se deriva". Por lo que en la búsqueda de lazos y vínculos afectivos se encuentra un componente más, el holon del vínculo afectivo. La potencialidad humana para amar apareció en los seres humanos como resultado de una necesidad de permanecer en el mundo (Rubio, s/f).

El ser humano es dependiente del grupo para subsistir de ese grupo en el cual el ser humano confía en mayor o menor medida para sobrevivir, creando vínculos afectivos que se refiere a la capacidad humana de formar lazos a través de los sentimientos hacia otras personas. Biológicamente hay estudios que demuestran en términos de neurotransmisores algunas de las expresiones del vínculo afectivo como lo son el enamoramiento, el amor romántico y el primer vínculo afectivo que es el que se genera de manera natural el vínculo materno-infantil y con los progenitores (primero con la madre y luego con el padre), estos abren brecha a nuevos vínculos en la vida, vínculos afectivos que desarrollan una necesidad de relacionarse con una persona que se convierta en un ser amado que posteriormente serán la base de la formación de parejas maduras y familias, algunos autores llama patrones de apego.

2.3.8.4. Reproductividad. La sexualidad es el resultado de la naturaleza reproductiva, razón por la cual la reproductividad se convierte en un holon más de la construcción social de la sexualidad y pueden estudiarse los órganos sexuales, las formas de concepción el embarazo, el alumbramiento y los métodos anticonceptivos, las vivencias personales de la maternidad y la paternidad. Sin embargo el análisis de Rubio para éste holon de la sexualidad no se limita a una perspectiva biológica, sino a una visión más compleja, en tanto la posibilidad humana de producir individuos que en gran medida sean similares (que no idénticos) a los que los produjeron como las construcciones mentales que se producen acerca de esta posibilidad (Rubio, S/F).

Las reflexiones de las secciones precedentes me llevan a identificar la problemática de la sexualidad como objeto de estudio debido a la complejidad de su

estructura, los cuatro holones de la sexualidad son dinámicos y evolutivos según las representaciones hegemónicas que la rigen; la sexualidad puede ser objeto de amor de desamor, de burlas, de reconocimientos, de hostigamientos, de humillaciones, de placer, etc.; el significado viene como resultado del contexto social, de las ideologías, de la historia, en fin, de una gama de instituciones que dan forma al campo, es este caso el campo sexual donde se explora, vive, goza, reprime y oprime la sexualidad. ¿En qué consiste y en dónde desemboca la opresión y represión de la vida sexual?

2.3.9. Campo Sexual y Representaciones Hegemónicas

El análisis se realiza a partir de los conceptos sociológicos de campo social y campo sexual, que permiten abordar la construcción de las relaciones de poder y las representaciones hegemónicas de la sexualidad.

La temática de la sexualidad refiere a las condiciones anatómicas, fisiológicas y psicológicas-afectivas que caracterizan al sexo de cada individuo. La definición anterior es muy reducida, ya que según la Organización Mundial de Salud (OMS), la sexualidad es un aspecto central del ser humano, a lo largo de su vida; abarca al sexo, las identidades y los roles de género, el erotismo, el placer, la intimidad, la reproducción y la orientación sexual (OMS,2006).

Todas estas dimensiones de la sexualidad no necesariamente se viven o se expresan libremente, debido a que se ve influenciada por una serie de interacciones de factores biológicos, psicológicos, sociales, económicos, políticos, culturales, éticos, religiosos etc. a lo que Weeks (1998) y Foucault (2012) discutirían como la construcción social de la sexualidad.

Foucault refiere a la sexualidad humana como una construcción histórico-cultural, más que un hecho determinado por la biología y explica el funcionamiento de la sexualidad en relación con el surgimiento del bio-poder³⁶, es decir, la sexualidad, no es propiedad de los cuerpos o algo que emana de los seres humanos, sino que es el conjunto de los efectos producidos en los cuerpos, los comportamientos y las relaciones sociales,

³⁶Entendiendo como bio-poder, a la facultad del Estado para convertir al cuerpo en centro de debate y convertir a la sexualidad en asunto político

debido a un despliegue de una completa tecnología política inscritas por normas culturales (Foucault, 2012).

El poder, en términos de Foucault, refiere a las relaciones de fuerza inherentes a las instituciones médicas, religiosas, legales, académicas y estructuras socioculturales. Esas relaciones de fuerza, de poder, no sólo se manifiestan en expresiones evidentes, físicas o verbales de dominación; también se revelan a través de expresiones sutiles, menos evidentes y aluden a las formas de representación de la realidad, de lo que concebimos como bueno/malo, moral/inmoral, normal/anormal, natural/antinatural, etc. Nuestras acciones o las formas de actuar, están determinadas, condicionadas, limitadas o influidas por ciertas representaciones (valoraciones, conceptos) entonces, somos partícipes de relaciones de poder (Foucault, 2012).

Ante la temática de la sexualidad tenemos la capacidad de actuar de diferentes maneras, de elegir dentro de una gama de opciones para la acción y cuando esas acciones están condicionadas, ya sea por la fuerza, la violencia o por el capital simbólico que le asignamos, pone de manifiesto que estamos inmersos en relaciones de poder, lo cual implica hospedar en nuestro ser al poder de representación y hacerlo evidente en la organización de nuestras prácticas, deseos, fobias, placeres y más aún lo evidenciamos en los calificativos que damos a las acciones propias y de las otras personas.

En cada sociedad hay valores y concepciones que son más dominantes que en otras, Núñez, en su obra *Sexo entre Varones Poder y Resistencia en el Campo Sexual* (Núñez, 2015) señala que en Hermosillo podemos encontrar un conjunto de representaciones hegemónicas³⁷ de la existencia sexual de las personas, expresadas en el discurso con fuertes tintes médicos y religiosos. En los que se asume una existencia sexual, coronada por la heteronormatividad, en la cual la heterosexualidad es la única forma válida y normal de vivir la sexualidad, se fundamenta en los binarismo sexuales (y de género) en donde la mujer y el hombre se complementan, se apropian y desarrollan roles específicos impuestos por la sociedad. Este discurso ortodoxo que se entiende como el “recto” lo que está bien, porque tiene el poder de hacer valer sus concepciones y valoraciones como: correctas, válidas, normales.

³⁷ Se consideran hegemónicas porque son formas de ejercicio de poder que organiza una relación de autoridad y dominación de una mayoría sobre una minoría.

Heteronormatividad: es un concepto de Michael Warner según lo cita Valeria Flores y como el conjunto de las relaciones de poder por medio del cual la sociedad normaliza y reglamenta en la cultura y las relaciones heterosexuales idealizadas; las institucionaliza y las equipara con el significado de ser humano. Comprende aquellas instituciones, estructuras de comprensión y orientaciones prácticas que hacen no solo que la heterosexualidad parezca coherente; es decir, organizada como sexualidad sino también que sea privilegiada (Flores, 2008).

En discurso hegemónico de la existencia sexual del individuo, propio de la sociedad de nuestro Estado, tiende a construir una normalidad para el hombre y la mujer dentro del campo sexual. El individuo, que en alguna etapa de su vida da cuenta de sus sentimientos, deseos y emociones hacia parejas de su mismo sexo, está expuesto a que se ejerza sobre él el poder de representación, se le identifique como “el otro” y se le clasifique, como anormal, enfermo, perverso. El hombre o la mujer que sobrepase los límites de comportamientos asignados por su rol de género, son presas de diferencia social y están expuestas a sufrir discriminación sutil o manifiesta; de forma contraria, los que actúan de acuerdo a la norma establecida para su género reciben beneficios de ese capital simbólico. La coincidencia de cómo se debe comportar el ser humano según los preceptos socioculturales construye lo que conocemos como el sentido común.

Los hallazgos de Núñez presentan una realidad social de Hermosillo de un poco más de dos décadas atrás, señala que se han ganado batallas culturales, sociales, políticas y jurídicas que favorecen a la disidencia sexo-genérica. Pese a lo anterior, aún permea en el campo sexual de Hermosillo la tecnología de poder con tintes médicos y religiosos, en donde el cuerpo, los sentimientos, deseos y acciones se convierten en fuentes de capital simbólico, de prestigio o desprestigio y actúan en el ámbito de la existencia sexual del individuo, conformando las subjetividades y con ello las relaciones de poder entre los individuos, el sujeto se las apropia como las únicas representaciones válidas y legítimas, construyendo así un sentido de los límites.

El poder de representación, se genera y se reproduce en virtud de que estas representaciones se encuentran objetivadas en instituciones e interiorizadas en formas de *habitus* en los individuos. Sin embargo, esta interiorización no se hace de manera rígida, pues, aunque da al sujeto las líneas de acción, éste tiene la libertad de decidir. Su

construcción es un fenómeno individual, pues la interiorización se hace a nivel personal dependiendo de sus contextos socio-culturales. El *habitus* también tiene carácter colectivo que emerge de construcciones socio- históricas grupales el cual permite entender por qué las personas pertenecientes a un mismo grupo tienen formas similares de representar la realidad. Permite relacionar lo objetivo (la posición en la estructura social) y lo subjetivo/ la interiorización de ese mundo objetivo).

2.3.9.1. Campo. Desde la teoría de los campos sociales, abordada por el francés Pierre Bourdieu, un campo se define como un espacio de juego, un juego básicamente de estrategia, en el que se establecen relaciones entre participantes, estas relaciones van a ser del orden de la lucha, es decir, siempre va existir conflicto y luchas de intereses entre los participantes. Bourdieu () los denomina como son sujetos dinámicos que dentro del campo tienen ciertos márgenes de maniobra, cuya orientación en la acción es la lucha por un capital (un capital que Bourdieu considera simbólico y que le otorga legitimidad, prestigio y autoridad, a aquel agente (persona) que lo posee).

En conclusión, el término campo refiere a un sistema estructurado de posiciones sociales, que a su vez existe en un sistema estructurado de las relaciones de fuerza entre esas posiciones. De acuerdo con Bourdieu, pensar en términos de campo es pensar en términos de relaciones objetivas entre individuos que existen independientemente de la conciencia y los deseos de los individuos (Bourdieu & Wacquant, 1992).

2.3.9.2. Campo de poder. El campo de poder está consignado a superar la categoría dominante al cual pertenecen todos aquellos agentes que ocupan una posición de dominación dentro de los demás campos que forman el espacio social. En este sentido, el grupo dominante está formado por los agentes dominantes en cada campo autónomo (Amparán, 2013).

2.3.9.3. Campo sexual. Aplicar el término de “campo” al ámbito de la sexualidad, introduce la idea de una lucha por tener la representación legítima de la existencia sexual de los sujetos que le permita poseer el capital simbólico del campo sexual, y por ende,

prestigio y autoridad ante la comunidad. Legitimar la representación de la existencia sexual de los sujetos implica poner en juego las valoraciones y concepciones de diversos tipos que estructuran la realidad y definen las maneras de ser sujetos dentro de ella.

Las representaciones de la existencia sexual son frecuentemente hegemónicas, es decir, incorporan elementos de poder entre una mayoría de agentes sobre una minoría y se hacen presentes desde el ámbito familiar, religioso, de organizaciones civiles y de medios de comunicación; siendo interiorizadas en el ser humano, materializadas y fijadas en códigos reglamentos (Núñez, 2000). Estas representaciones hegemónicas construyen el campo sexual y estructuran relaciones de poder sobre los cuerpos y las conciencias de los individuos, dando paso a las intervenciones políticas, la creación y modificación de estructuras legislativas que pretenden regular el comportamiento sexual del individuo.

2.3.9.4. Representaciones hegemónicas que construyen el campo sexual. La discusión que se genera en este apartado de *representaciones hegemónicas que construyen el campo sexual* y el *representaciones hegemónicas que construyen el campo sexual en Hermosillo* está basada en la investigación Guillermo Núñez Noriega *Sexo entre Varones poder y resistencia en el campo sexual*, (1999), la cual se realizó en el periodo comprendido entre 1988 a 1993

A partir de 1993 se han logrado cambios de repercusión social y política en el campo sexual y de sus representaciones hegemónicas. Se observa una transformación que denota el debilitamiento de las posiciones ortodoxas del campo sexual hegemónico representado por la heterosexualidad, el heterosexismo y el androcentrismo. Existe una creciente legitimación de la diversidad sexual y una deslegitimación de la homofobia, hechos que sugieren un cambio en la relación de las fuerzas del campo sexual dominante.

Sin embargo, los cambios sociales no han sido lo suficientemente relevantes para mitigar las representaciones homofóbicas hacia las disidencias sexo-genéricas, existen posiciones conservadoras en donde las representaciones dominantes como la Iglesia católica, la derecha gubernamental y el conservadurismo social, entre otras mantienen

una disputa a nivel de representación de la sexualidad. Sin embargo, no se ha encontrado aporte científico documentado de dicha transformación y cambios estructurales de la sexualidad misma, por tanto, para este análisis tomamos de referente el trabajo de Núñez Noriega (1999), teniendo claro que los resultados de su investigación aluden a las condiciones sociales y culturales propias del momento en el que se llevó a cabo dicha investigación.

Con el transcurso del tiempo los tejidos culturales evolucionan debido a la influencia de las transformaciones sociales; las instituciones, hábitos y políticas tienden a expandirse y a reproducirse de múltiples maneras en los diferentes espacios geográficos. En nuestro estado y municipio la sociedad ha vivido transformaciones paulatinas del sistema de significaciones de la sexualidad, nuevas regularidades discursivas que conllevan a nuevos esquemas de percepción del pensamiento y acciones, así como a nuevas prácticas económicas, políticas, educativas y de consumo; esta investigación pretende contribuir al entendimiento de la evolución de dichos tejidos culturales.

Nuestro sistema conceptual está estructurado a partir de nuevas formas que organizan, entre otras cosas, la representación del individuo, de los saberes, del trabajo, de la felicidad, de la sexualidad. La influencia de la representación hegemónica de género es un importante dispositivo de poder para las valoraciones y concepciones de los agentes en la construcción del campo sexual. Dichas concepciones se han influenciado por los discursos de las doctrinas religiosas y los discursos médicos (Núñez 2011) y expresan que las doctrinas que nutren la moral cristiana son el judaísmo y el estoicismo helénico.

Los cánones judaicos clásicos, condenan las conductas sexuales ajenas a la heterosexual, y más aún, condenan la relación heterosexual si no tiene una finalidad de reproducción biológica; mientras que, el estoicismo señalaba que la persona que reprimía su deseo sexual obtenía el medio para la génesis de las virtudes humanas, lo cual es imposible conseguir en una vida social afecta a los placeres profanos. Sobre el tema Núñez, resume:

El cristianismo va a plantear una moral sobre la existencia sexual de los individuos. Tal conjunto de representaciones va a clasificar, censurar, adjetivar, oponer y asignar fines a la existencia sexual de los sujetos, de tal

suerte que la expresión sexual deberá tener como fin la reproducción (Núñez, 2015:46).

En Hermosillo existe una ortodoxia de tintes médicos-religiosos en el campo sexual, al cual se le oponen algunos otros discursos, el más importante de ellos por su amplia difusión es el “consumista” (Núñez Noriega, 1999:80). Según Núñez Noriega las dos formas de representar la existencia sexual en Hermosillo son: 1) la hegemónica: la de discurso con tintes religiosos-médicos con censura al deseo, al placer y al sexo. 2) La hereje: el discurso ligado a las empresas promotoras de un consumo de bienes y servicios que acepta y promueve, el deseo, el placer y el erotismo.

Como anteriormente se mencionó, la identidad de género es otro dispositivo de poder que rige las representaciones hegemónicas de la sexualidad. El rol de género incluye las exigencias y estereotipos construidos a partir del componente biológico de lo que se estima como femenino y masculino, desdeña la adquisición de subjetividades culturales que permiten vivir la sexualidad de forma distinta. Según Aguilar, Botello & Aumak(s/f), las percepciones de los hombres y las mujeres en cuanto a la sexualidad van ligadas a los mitos, creencias y experiencia propias de cada sexo y generalmente operan en el subconsciente.

La identidad de género es un marco de ideas respecto a lo que son los hombres y las mujeres y lo que deberían de ser idealmente en función a su sexo: masculino y femenino; de tal forma que, quien quebrante lo establecido por la sociedad en la asociación hombre-masculinidad y mujer-feminidad, será denominado despectivamente como “afeminado”, si es hombre o “marimacha”, si es mujer. Además, como discurso hegemónico incluye la ideología androcentrista de jerarquizar a las personas, los objetos y los seres del mundo según sus relaciones con el género, coloca como superior a los hombres y a lo masculino. Lo que está fuera de esta jerarquía se considera subalterno a la superior. El hombre que no se ajusta al ideal social de masculinidad se hace acreedor a una serie de represiones y privaciones del cómo experimentar y disfrutar la sexualidad.

2.3.9.5. Representaciones hegemónicas que construyen el campo sexual de Hermosillo. En Hermosillo existe un campo sexual construido por discursos ortodoxos de tintes médicos-religiosos en el campo sexual, al cual se le oponen algunos otros discursos heterodoxos procedentes de las vanguardias artísticas o de organizaciones sociales que

enarbolan una noción de derechos sexuales (Núñez, 1999). Según Núñez Noriega las dos formas de representar la existencia sexual en Hermosillo son: La hegemónica (la de discurso con tintes religiosos-médicos con censura al deseo al placer y al sexo) y la hereje (el discurso ligado a las empresas promotoras de un consumo de bienes y servicios que acepta y promueve, el deseo, el placer y el erotismo).

Guillermo Núñez Noriega en su obra *Sexo entre Varones poder y resistencia en el campo sexual*, (1999) ordena las características más importantes de esas representaciones hegemónicas del campo sexual de Hermosillo, Sonora, sintetizando lo siguiente:³⁸

El amor y el enamoramiento tienen un carácter exclusivamente heterosexual en las representaciones hegemónicas; el único fin válido para satisfacer el deseo sexual es la reproducción y la heterosexualidad es la única relación normal para ello, sin dar cabida al placer sexual, pues está alejado de todo contexto de la normalidad, el goce del erotismo te hace ser un sujeto anormal, señalado y estigmatizado.

La moral predicada por las corrientes del estoicismo está por encima de las opiniones de la mayoría, se promueve la continencia del apetito sexual anormal o antinatural; las tradiciones del estoicismo están arraigadas a la tradición cristiana y es pregonada por sus mismos voceros; las representaciones hegemónicas están interiorizadas en los individuos por lo que adquieren el carácter de sentido común, esto es, lo normal, lo único, lo moral.

Esa convicción de sentido común se ha materializado a través de las leyes, reglamentos y discursos del gobierno. El tener expresiones eróticas con una persona del mismo sexo es prácticamente un delito, aun cuando los códigos constitucionales y civiles no lo reflejen como tal. Empíricamente sabemos que la práctica judicial ve a los homosexuales como personas que “faltan a la moral”; el homosexual es caracterizado por su naturaleza dudosa o con problemas de personalidad.

En este texto de Núñez el reconocimiento social al homosexual es motivo para agravar su situación social y de forma automática se le asocia a fenómenos delictivos y además vulgares; la homosexualidad es vista como un acto reprobable, tratando de ser

³⁸ La obra *Sexo entre Varones poder y resistencia en el campo sexual* de Guillermo Núñez Noriega que refiere el campo sexual en Hermosillo y sus representaciones hegemónicas, se realizó en un periodo de 1988 y 1993;

más “humana” la sociedad y no trata al homosexual como reprobable, lo trata como un “problema”. Esta “aceptación” se ajusta a una representación de la sexualidad de corte médico. Además, el adjetivo de homosexualidad se asigna según la pasividad o actividad del sujeto en el ejercicio de la sexualidad, se menciona que es mayor agravio si el homosexual es ser pasivo.

La estigmatización de las personas con deseos y prácticas eróticas hacia personas del mismo sexo da pauta a la burla o descalificación de argumentos no sólo en el plano personal, sino también en el profesional, el quehacer profesional de quien transgrede dichas convenciones, es menos valorado socialmente.

Con la anterior síntesis de las características más importantes de las representaciones hegemónicas que se desarrollan en Hermosillo Sonora, se puede concluir que las representaciones hegemónicas en esta ciudad guardan vínculos estrechos con el sistema valorativo del cristianismo, los discursos médicos del siglo XIX, así como con la identidad de género.

Los significados sobre sexualidad y género producidos en la sociedad se reproducen por los prestadores de servicios del sector turismo del estado de Sonora, representan los discursos hegemónicos del campo sexual, esto es la heteronormatividad, pasando por un “pensamiento heterosexual” de tal manera que regula las lógicas de atención históricamente formada desde un sistema sexo-género, por lo que la oferta de servicio incluye de manera tácita o evidente discriminación hacia los clientes disidentes de sexo y género.

2.4. Estigma, Estereotipo, Prejuicio, Discriminación y Homofobia

La palabra estigma es de origen griego y se refiere a los signos corporales (marcas físicas) que se dejaba con fuego o con una navaja en los individuos considerados extraños o inferiores y con lo cual se intentaba exhibir algo malo y poco habitual en el estatus moral de quien los presentaba (Goffman, 2006).

En la actualidad las marcas físicas han desaparecido pero el estigma permanece, basado en uno o más factores como edad, clase, color, grupo étnico, creencias religiosas, sexo y sexualidad. Es muy común que alguna de estas categorías induzca para que parte de una sociedad no acepte a dichas personas entre sus miembros.

Fonseca y Piña citando a Ricardo García Bernal sostienen que la palabra estigma se ha concebido tradicionalmente como una característica que “desprestigia considerablemente” a un individuo ante los demás (Callejas & Piña, 2006).

Erving Goffman fundamenta un planteamiento teórico que coloca al estigma en un proceso psicosocial denominado “categorización social” en el cual, con base en ciertos indicadores aprendidos, se crean diferentes categorías, construidas desde lo social colectivo a través de las interacciones cotidianas en las que se puede agrupar a las personas de acuerdo a ciertos rasgos. El fin de la categorización es delimitar y determinar qué es lo que se puede esperar de una persona inscrita en tal o cual categoría (Goffman, 2006).

Crocker plantea: “Los individuos estigmatizados poseen (o se cree que poseen) cierto atributo o característica que expresa una identidad social devaluada en un contexto social particular”. Para esta definición se toman tres elementos: en primer lugar lo importante es que la persona sienta que posee este atributo; en segundo, sólo aquellas características que conduzcan a sentirse identificados negativamente respecto al resto de la sociedad pueden ser consideradas estigmatizadoras, es decir, solo los atributos que produzcan una emoción negativa; por último, tanto los atributos como las pertenencias sociales devaluadas son socialmente construidos y relativos a cada cultura, esto es, varían en función de cada cultura o sociedad. En resumen, para Crocker y Cols, el problema del estigma no reside en el atributo estigmatizador ni en la persona que lo

posee, sino en la desafortunada circunstancia de poseer un atributo que, en un contexto social dado, conduce a la devaluación (Crocker, Major, & Steele, 1998).

Link y Phelan inciden más sobre la diferencia entre poseer un atributo y que éste sea aplicado por quien estigmatiza. Afirman que el estigma existe cuando los elementos de etiquetaje (asignación de categorías sociales a los individuos), estereotipia (las diferentes etiquetas son relacionadas a estereotipos), la pérdida de estatus y discriminación, ocurren conjuntamente en una situación de poder que lo permite (Link & Phelan, 2001) Por tanto, es necesario gozar de poder para estigmatizar a un grupo social.

De este modo, estigma es una señal o atributo que marca al portador como diferente a los demás, es un atributo desacreditador ante el prototipo de una cierta categoría y se pone de manifiesto en tres aspectos de comportamiento social: Los estereotipos en los que se incluían estructuras de conocimientos que son aprendidas por la mayor parte de los miembros de una sociedad; vienen a representar el acuerdo generalizado sobre lo que caracteriza a un determinado grupo de personas. Sin embargo, el que una persona tenga conocimiento de un estereotipo no implica necesariamente que esté de acuerdo con él.

Cuando se aplican y experimentan reacciones emocionales negativas (malestar, vergüenza, ira, repugnancia, miedo etc.) hacia un grupo y/o sus miembros individuales, se ponen en marcha los prejuicios sociales que se manifiestan en forma de actitudes y valoraciones, las cuales en última instancia pueden dar lugar a la discriminación efectiva que implica un trato desfavorable o de desprecio inmerecido a determinada persona o grupo.

Laborín, Parra y Valdéz en su artículo titulado *Discriminación y Prejuicios Que Poseen los Jóvenes Sonorenses hacia el Migrante Indígena* señalan que los críticos que se oponen a la diversidad cultural y a la migración consideran a las minorías étnicas como una amenaza para el bienestar de la ciudadanía, el orden público y la identidad nacional. El rechazo puede deberse entre otros aspectos, a la “diferencia”, ya que quienes llegan establecerse con frecuencia son distintos a las poblaciones receptoras (Laborin, Parra, & Valdéz, 2012).

De la misma forma, lo anterior pudiese aplicarse a las comunidades de las personas LGBTTTI ya que por lo general son personas que siguen sus propias prácticas

culturales e inclusive se pueden ver diferentes en sus comportamientos y actitudes, en algunos casos se culpa al homosexual de desórdenes sociales, enfermedades y de alterar el orden público.

2.4.1. Discriminación Histórica en el Estado de Sonora

En el presente apartado se expone de una manera particular lo referente al estado de Sonora y su relación con los diferentes grupos minoritarios a lo largo de la historia documentada; usando como eje temático la negación del “otro” por grupos de poder. En esta parte del estudio, los “otros” son los sujetos sociales proscritos en su momento por el estado político en Sonora tales como: jesuitas, españoles, filibusteros, yaquis, sacerdotes y chinos. Sujetos que por acciones deliberadas del estado y sus agencias, fueron materia de exclusión y escarmiento por considerarlos amenazantes a lo que los grupos de poder consideraban una sociedad ideal (Grajeda, 2003).

Los jesuitas. De la monarquía española al estado de Sonora arribaron los jesuitas; misioneros de la compañía de Jesús cuyo principal objetivo al establecerse en nuestro estado fue el de evangelizar a las tribus de la región a través del establecimiento de misiones. En un principio su trabajo no fue fácil dado que los indígenas mantenían una postura agresiva ante esa invasión, incluso llegó un momento en el que se convirtieron en mediadores de los intereses entre nativos y colonizadores, sin embargo su ideología los convertiría en mediadores parciales, frecuentemente estaban en contra los indios y a favor de los españoles. Fue entonces que en el año 1767 por decreto real se ordenó la expulsión de los jesuitas de las provincias españolas, por poseer una utopía distinta a la del capitalismo, es decir, las ideas que irían abriendo camino al naciente capitalismo, generarían un mejor clima para los enemigos de los jesuitas pues la utopía misional ya no cabría en el proyecto de la burguesía; esto trajo como consecuencia una situación irreconciliable entre los jesuitas con el estado reformista español. Las escasas solidaridades mantenidas en Sonora para con los jesuitas, la arbitrariedad ejercida por la autoridad monárquica sobre los religiosos que ocasionó la muerte de casi la mitad de los misioneros en esa travesía de expulsión, son muestras latentes de eventos de rechazo suscitado en el estado de Sonora (Montané, 2003).

Los españoles. Después del triunfo de la independencia de México, nace un nuevo discurso de pertenencia colectiva a una nación idealizada, la cual se construyó sobre la base de inmigrar al “otro” por ser amenazante a la nueva sociedad independiente. Este discurso nacionalista y patriótico dio cobijo a las licencias de agresión, exclusión y linchamiento que se autorizaron en nombre del ideal llamado Patria, misma que era idealizada y con un orden social alcanzable, esto solo si se lograba erradicar a todo aquel español que hubieran servido a la milicia de su gobierno, pero sobre todo, a españoles que fueron identificados como sujetos diferenciados frente al ciudadano nacional. Para el año de 1828 se aprobó el decreto de expulsión de españoles del estado de occidente, y se ponen al descubierto las formas básicas de las socio-habilidades políticas de las clases marginales, así como la intensidad de su participación como grupos de negociación de la normalidad política (Grajeda, 2003).

Los filibusteros. Esta palabra proveniente del idioma francés, se emplea para denominar a los que eran los piratas que actuaban por su cuenta. En el siglo XVIII, se les definía a los filibusteros como aquellos aventureros que sin patente ni comisión de Gobierno alguno, invadían territorios ajenos a mano armada. Posteriormente, este término se empleó, a finales del XIX, para designar a aquellos que trabajaban por la independencia de las colonias españolas de ultramar (Muy interesante , 2012). Fue entre los años 1850 y 1857 cuando el estado de Sonora fue atacado por los filibusteros norteamericanos y franceses, que eran aventureros militares o semimilitares que perseguían en Sonora la anexión de gran parte o de la totalidad del estado con la intención de crear en su territorio una república independiente o dejarla anexar por los Estados Unidos. Un buen número de batallas se desarrollaron en territorio sonorense para anular la invasión de los filibusteros, en donde ellos fueron tomados como prisioneros para después ser fusilados y en algunos casos degollados y exhibidos. El acto anterior lejos de ser una aberración social era un estímulo de orgullo regional para el sonorense, pues se enaltecía la imagen de un estado suficientemente fuerte como para derrotar a sus enemigos y defender los intereses propios y los de la nación. La expedición de filibusteros contra Sonora también tuvo un impacto fuerte sobre la sociedad porque produjo un rechazo y odio manifiesto hacia el extranjero en esa búsqueda para el

desarrollo de la “región” sonorenses: una “región” vuelta concepto frente al resto de la unión de estados mexicanos (González, 2003).

Los yaquis. De finales del Siglo XIX a principios del siglo XX fue el periodo de las guerras de dominio emprendidas por el Estado nacional contra los yaquis, con el objetivo de someter y despojar de sus tierras a la tribu; mientras tanto esta comunidad en sufrimiento se aferraba a mantener con vida su vínculo de solidaridad interétnica; a diferencia del gobierno porfirista, su ideología se sostenía en el progreso social, se proclamó una ley de deportación en contra de los yaquis para remitirlos a trabajar a otros campos del territorio nacional donde era necesaria mano de obra barata. El gobierno se justificó bajo el argumento de que los yaquis, comunidad diferenciada de la sociedad nacional, eran un obstáculo constante, una obstrucción para la riqueza y el progreso del estado, en especial para su desarrollo, esto es, los yaquis entorpecían el desarrollo de la región en el escenario de la modernización centralista del gobierno porfirista (Hu-DeHart, 2003).

Los Sacerdotes. Enríquez Licon sostiene que uno de los grupos sociales más vulnerables en cuanto al apremio expulsorio de las autoridades civiles (de las últimas décadas del siglo XVIII a las primeras del siglo XX), ha sido la de los sacerdotes católicos. Durante el porfiriato y los años posteriores a la revolución las rupturas entre la iglesia y el estado -ambas instituciones políticas y de dirección social- fueron manifiestas; el gobierno insistía en las campañas de despojo contra los indios porque estas eran la única opción posible de paz, mientras que para el clero lo más adecuado era reubicar a los indígenas e iniciar campañas de re adoctrinamiento. En uno de los periodos en los que Plutarco Elías Calles fue gobernador de Sonora ordenó la expulsión de todos los sacerdotes católicos del estado, acusándolos de ser antipatriotas y sobre todo por involucrarse demasiado en asuntos políticos aspecto que llegó a reducir a la mitad a los ministros de culto en esta entidad (Enríquez, 2003).

Los chinos Entre los años 1870 y 1910, un número importante de chinos migra a Sonora para trabajar en la industria algodonera de la región, una serie de problemáticas se ponen de manifiesto en la relaciones intergrupales; los locales se sintieron desplazados de sus fuentes de empleo y con el crecimiento de la comunidad china con el paso de los años empezaron a surgir una serie de conflictos; empezó a verse al chino

como sujeto que poseía formas de acaparamiento sin escrúpulo, brutalidad sanguinaria en sus pasiones, así como prácticas de sociabilidad aberrantes a las buenas costumbres regionales; otras situaciones sociales que se dieron en esta época fueron el “desequilibrio genérico” ante la ausencia de varones debido al involucramiento en los regímenes militares, por lo que la mujer sonorenses que se involucrara o creara lazos emocionales con los chinos, si era sinónimo de falta a la honorabilidad de sus coterráneos. El chino se le constituyó como enemigo de la raza; una serie de promulgaciones dictadas por el Estado dieron origen al Plan de Agua Prieta que generó una Campaña Antichina (movimiento xenofóbico que se desarrolló en México entre 1911 y 1934) impulsada por un ferviente nacionalismo propio de la época que trajo como consecuencia que para 1931 se había expulsado a casi la totalidad de la población china en Sonora (Reñique, 2003).

2.4.2. Discriminación Social por Orientación Sexual

Entendamos discriminación: “toda discriminación social que comporta un intercambio recíproco, pero desigual, de reconocimientos evaluativos entre actores sociales que ocupan posiciones disimétricas en el espacio social, en virtud de ese intercambio los actores que ocupan posiciones dominantes tienden a imponer una definición sobre evaluada (por tanto etnocéntrica) de sí mismos, a la vez que atribuyen unilateralmente identidades minorizadas, devaluadas y frecuentemente estigmatizadas a los dominados” (Giménez, 2007).

En base al reconocimiento de que la palabra homosexual así como heterosexual no deben significar un problema natural o mental, se establece que solamente se remite a una identificación hacia una u otra orientación sexual; ese entendimiento y el admitir de que existe una pluralidad de orientación sexual, han logrado que en una sociedad en transformación donde cada vez existe más respeto y solidaridad hacia la diversidad sexual, exista el reconocimiento social hacia la pluralidad de sexualidades que permiten construir una sociedad democrática, de igualdad y de justicia social.

Sin embargo las conductas eróticas con personas del mismo sexo son consideradas de una naturaleza rara (Núñez, 1999); siendo la homosexualidad algo

extraño, insólito, inusitado, inusual; por lo que es imprescindible conocer cómo los seres humanos dan sentido y valor a su conducta, sus deberes, sus placeres, sus sentimientos y sus sueños.

La discriminación contra las personas que tienen una preferencia u orientación sexual diferente a la heterosexual se manifiesta como homofobia que es la aversión contra las orientaciones, preferencias sexuales, identidades o expresiones de género, contrarias al arquetipo de los heterosexuales.

2.4.3. Homofobia

Aludiendo a que las representaciones hegemónicas de nuestra sociedad señalan que la única forma válida de expresión sexual es la de las trilogías macho-masculino-heterosexual y hembra-femenina-heterosexual; el resto de las formas de sexualidad se catalogan como incompletas, perversas y, en algunos casos, como patológicas, criminales e inmorales. Las personas disidentes de sexo y género son víctimas de homofobia; homofobia traducida en que son rechazados en el trabajo, escuela y en sus propios hogares. Se manifiesta en despidos laborales, bullying y/o exclusión educativa, rechazo religioso, negación de servicios públicos y privados, estereotipos y estigmas sociales, humillación, rupturas familiares, abandono, invisibilidad, violencia y, en casos extremos, hasta la muerte (CONAPRED, 2013).

De la Espriella Guerrero (2009) señala que el concepto básico de la homofobia es la actitud hostil hacia los homosexuales; sostiene que el término fue utilizado por primera vez en 1971, sin embargo, la Real Academia Española incluyó el término homofobia, hasta el 2001, como “Aversión obsesiva hacia las personas homosexuales” (Real Academia de la Lengua Española, 2012).

En sentido estricto, una fobia es el temor irracional. En el caso de la homofobia, su rango es variado, incluye el odio, el señalamiento del homosexual como contrario, inferior o anormal y, en el caso del discurso psiquiátrico, el hecho de ubicarlo en el rango patológico o sintomático. La homofobia como constructo se válida por estudios conductuales, en los cuales se han medido respuestas físicas equivalentes de las fobias en personas intolerantes con los homosexuales (De la Espriella, 2009).

Brito y Bastida definen la homofobia como la aversión, el temor, el rechazo o el prejuicio contra las personas que no cumplen con el rol de género dominante socialmente. Se manifiesta en diversas maneras como puede ser omisiones, silencio, burla, desprecio, exclusión, rechazo, persecución y violencia (Brito & Bastida, 2009).

Así como la sexualidad es un constructo social, la homofobia también puede serlo, no todas las culturas son homofóbicas y las formas de homofobia tolerada varían entre culturas. Una clara muestra de lo anterior se expresa en la siguiente figura: la homofobia en la actualidad a nivel mundial (Figura 4) (Wikimedia, 2013).

Sin embargo, México parece haber tomado una definición restringida al término fobia y ha venido a significar propiamente: “la violencia física o verbal explícita contra los homosexuales” y en el mejor de los casos, un conjunto de creencias, prejuicios, actitudes y comportamientos discriminatorios en relación con los homosexuales”.

Guillermo Núñez a partir de sus reflexiones propone no un nuevo término, sino una conciencia sobre las violencias que afectan el pleno reconocimiento con igualdad de derechos de las diferencias sexuales, de género y de preferencia sexual como parte de la definición del término homofobia. Propone que el término homofobia se use para referirse de manera más amplia a las ideologías y a las prácticas que proponen y legitiman las homologías macho-masculino-heterosexual y hembra-femenino-heterosexual como las únicas opciones posibles y deseables de la sexualidad humana en detrimento de la diversidad sexual y afectiva realmente existente, y que desconocen y niegan legitimidad o violentan a las personas y sus derechos humanos, en virtud de que su existencia sexual disidente, en mayor o menor grado, en uno o varios aspectos de ese sistema de homologías dominantes (Núñez, 2016).

Para fines de este estudio homofobia no referirá desde una visión que se limita a entenderla como el odio o el miedo a los homosexuales, sino pasará a definiciones más amplias relacionadas con una comprensión mayor de las dinámicas sexuales y de género que operan en la sociedad.

2.4.4. Homofobia en México

A pesar de los avances que se han tenido en México en materia de legislación a las garantías individuales de las personas con preferencia sexual distinta a la heterosexual; las conductas eróticas con personas del mismo sexo son consideradas de una naturaleza “rara” “anormales”, “sucias”, “pervertidas”, “pecaminosos” y es a través de estas representaciones como se ejerce el poder de censura, de violencia, de discriminación y limitan al hombre y a la mujer la posibilidad de disfrutar el placer erótico de la sexualidad, aún se presenta una falta de aceptación y discriminación en México para las personas con orientación sexual distinta a la heterosexual, así lo revelan los resultados sobre Diversidad Sexual de la encuesta Nacional sobre Discriminación en México, Enadis 2010 (CONAPRED, 2013).

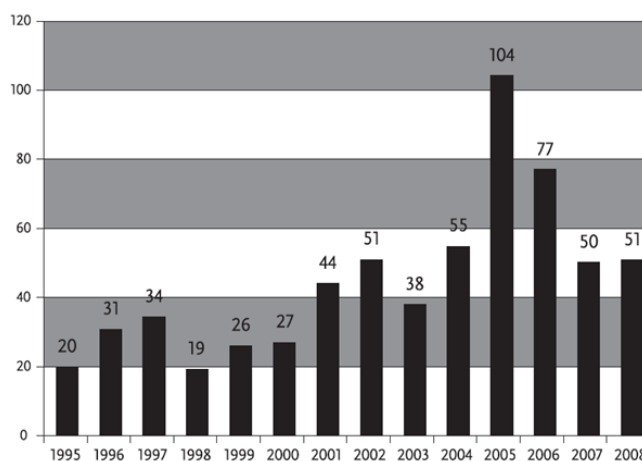
Tabla 3. Resultados sobre Diversidad Sexual de la encuesta Nacional sobre Discriminación en México, Enadis 2010.

<p>Percepciones y actitudes sobre la igualdad y la tolerancia</p>	<p>Cuatro de cada diez señalan que las preferencias sexuales provocan divisiones entre la gente. Ocho de cada diez personas de más de 50 años opinan estar en desacuerdo y muy en desacuerdo con que a las parejas de hombres homosexuales se les debería permitir adoptar niñas y niños. Siete de cada diez personas que se encuentran entre los 30 y 49 años de edad opinan lo mismo. Cuatro de cada diez mexicanas y mexicanos no estarían dispuestos a permitir que en su casa vivieran personas homosexuales Tres de cada diez personas mayores de 40 años consideran que es negativo y muy negativo que la sociedad esté compuesta por personas con diferentes orientaciones o preferencias sexuales. Se advierte que esta relación es inversamente proporcional al hecho de que tres de cada diez personas jóvenes, de entre 18 y 39 años, lo consideran positivo. Las niñas, niños y jóvenes entre 12 y 17 años consideran que es algo positivo y muy positivo.</p>
<p>Percepciones sobre discriminación a personas homosexuales</p>	<p>Una de cada dos personas lesbianas, homosexuales o bisexuales considera que el principal problema que enfrenta es la discriminación, seguida de la falta de aceptación y las críticas y burlas. Siete de cada diez personas sí han comunicado su orientación y preferencia sexual a su madre y a sus amigos, seis lo han comunicado a su padre y a la gente con quienes trabajan o estudian. Sólo cuatro de cada diez lo han comunicado a su comunidad religiosa o congregación. Siete de cada diez personas homosexuales y lesbianas señalan estar totalmente de acuerdo y de acuerdo en parte en que en México no se respetan los derechos de los homosexuales y bisexuales. Una de cada diez considera no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Los entrevistados perciben más intolerancia de la policía y la gente de su iglesia o congregación, en contraste con la que percibe de su familia, sus amigos y los servicios de salud.</p>

Fuente: CONAPRED, 2013.

México es el segundo país con mayor índice de crímenes por homofobia³⁹ en América Latina, sólo superado por Brasil. De acuerdo a la Relación de Crímenes por Homofobia 1995 – 2008 documentada por Letra S Sida, Cultura y Vida Cotidiana AC se han registrado del año 1995 a 2008, 628 crímenes por homofobia. A continuación se muestra una figura que señala el número de casos de crímenes por homofobia al año que se identificaron en la República Mexicana fue elaborada por Alejandro Brito y Leonardo Bastida y publicada en el Informe de Crímenes de Odio por Homofobia México 1995-2008 que se identificaron en la República Mexicana (Brito & Bastida, 2009).

Figura 3. Número de casos de crímenes por homofobia al año en México



Fuente: (Brito & Bastida, 2009).

2.4.5. Homofobia en Sonora

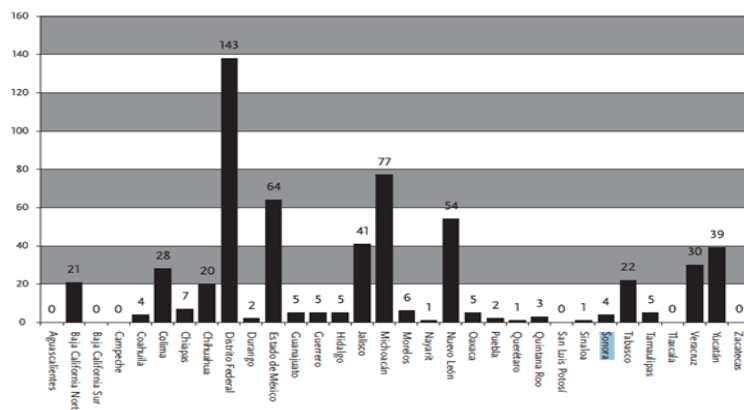
No existen datos que señalen la situación que el estado de Sonora mantiene ante las expresiones homofóbicas, es decir, de discriminación a las personas disidentes de sexo y género. No obstante, si podemos mencionar que en materia de discriminación el estado de Sonora tiene una desventaja; en principio en términos legales tiene una ley propia contra la discriminación pero en esa ley aún no incluye lo referente a orientación sexual de manera específica, no se incluye discriminación por orientación sexual, considerando discriminación como la anulación, exclusión o restricción de derechos

³⁹Se entiende como crimen por homofobia el hecho de que un individuo sea violentado en su persona por su orientación sexual o su identidad de género (Brito & Bastida, 2009)

basada en la orientación o preferencia sexual e identidad de género. El estado de Sonora queda excluido de las entidades federativas de la República Mexicana, que han actuado en materia legal para evitar actos de discriminación en estados y municipios y que desde la emisión de la norma busca que no se discrimine por orientación sexual e identidad de género, para así tratar de promover en la sociedad un cambio cultural. En entrevista del periódico El Imparcial⁴⁰ Ricardo Bucio Mujica presidente del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación señala: “la discriminación se combate en razón de fomentar el acceso igualitario al ejercicio de libertades y tener los mecanismos de protección del Estado, que es una cuestión que sí le toca promover al Congreso, argumento” (López, 2011).

Avances legales y estructurales se han devenido en la entidad a fin de salvaguardar y difundir los Derechos Sexuales de la sociedad sonorense, por ello la Comisión Estatal de Derechos Humanos (CEDH) creó la Dirección de Atención a los Derechos Sexuales. Esta dirección, es única en su tipo dentro de las comisiones de derechos humanos en México; se ocupará de temas como la construcción social de género, la identidad de género, diversidad sexual, orientación sexual entre otros; además, de que la homofobia, discriminación sexual, crímenes de odio, prejuicio sexual, exclusión y violencia, serán combatidos desde esta nueva área de la CEDH en Sonora. (Ponce de León, 2014)

Figura 4. Número de casos de crímenes por homofobia por entidad federativa



Fuente: (Brito & Bastida, 2009).

⁴⁰ El Imparcial es un periódico local, con alcance regional y algunas partes del estado de Arizona en EU. Es un diario independiente, consolidado y de amplia aceptación social.

A pesar de que el número de denuncias por discriminación es relativamente pequeño en comparación con otras entidades de México, no quiere decir que la discriminación no se dé en el estado de Sonora. Notas como las siguientes aparecen y son una muestra latente de que en Sonora si hay discriminación hacia las personas disidentes de sexo y género: “en Sonora los asesinatos de mujeres y de gays se han convertido en parte del panorama cotidiano de la nota roja de la entidad por lo que se asume un incremento de crímenes por homofobia” (Redacción Anodis, 2003).

En los pasados años se han registrado crímenes por homofobia en por lo menos 22 homicidios contra mujeres en las ciudades de Nogales, Agua Prieta, Obregón, Guaymas y San Luis Rio Colorado de los cuales las autoridades ministeriales minimizan cada uno de ellos considerándolos como “crímenes pasionales” (Villamil, 2003)

Núñez Noriega, citado por Villamil (2003), calcula que la cifra de crímenes de este tipo puede duplicarse, ya que solo se consignan lo que la prensa local reporta. Asimismo, señala “nosotros hablamos de crímenes de odio o de ejecución, porque se trata de humillar y castigar a las personas por su orientación sexual o por su condición de género”.

Por otra parte, las denuncias que Ricardo Bucio comenta son de ciudadanos sonorenses que se inconforman por un trato discriminatorio de una institución privada, pero qué hay de las instituciones públicas, como las del servicio de policía municipal, estatal, etc. o de políticos al servicio público que estigmatizan a las personas no heterosexuales.

Tal es el caso del coordinador de imagen institucional del gobierno de Sonora, Javier Alcaraz, que lanzó ataques homofóbicos en contra del periodista Luis Alberto Medina, conductor del programa Proyecto Puente, luego de una entrevista que le realizó al gobernador Guillermo Padrés, a quien le cuestionó sobre la presunta corrupción y nepotismo que se ha denunciado en su administración (Redacción: La silla rota , 2012).

Si esto pasa de manera pública con personas públicas, no podemos imaginar lo que la homofobia podría provocar por poner un ejemplo, en un policía al servicio público municipal que bajo el escudo de las ambigüedades en los reglamentos municipales o la falta de criterio en su responsiva como servidor público de forma indiscriminada se tomen las ambigüedades legales como sustento para privar de la

libertad o simplemente perjudicar con sanciones administrativas, a las personas que tienen conductas que transgreden el rol de género.

Ante lo expuesto en este último punto y aún con la carencia de elementos fidedignos que reflejen en números los casos de discriminación, se puede “sentir” que en nuestra sociedad persisten las prácticas de discriminación a pesar del paso del tiempo, en donde hay cada vez más grupos sociales que enfrentan algún problema de discriminación sobre todo homosexuales, lesbianas, travestis, transexuales, transgénero que son una población susceptible de discriminación, por lo que les es más difícil el pleno ejercicio de sus derechos como ciudadanos que son. El que no exista un gran número de denuncias en Sonora no quiere decir que seamos una sociedad incluyente y respetuosa a las personas disidentes de sexo y género, el hecho de que no exista un marco legal es lo que hace que el tema no se visualice en nuestro entorno social en conjunto o que a la sociedad en general nos falta comprender que la desigualdad no es una condición intrínseca de los diferentes grupos en nuestro país, ni de los sonorenses, la desigualdad se construye por la sociedad misma. La democracia exige no aceptar como natural la desigualdad por lo que es necesario modificar procesos culturales para comprender que las personas son las mismas en cualquier parte independientemente su identidad sexual, de género.

2.5. Turismo, Sexualidad y Políticas Públicas: Dimensiones del Desarrollo Regional

La expansión acelerada y constante de la industria del turismo es una realidad innegable. Así mismo, es una actividad que en los últimos años ha representado una gran oportunidad de crecimiento y desarrollo y cuyo auge ha sido posible debido a que ha coincidido con la aparición de profundos cambios en la composición de la oferta y demanda turística.

La oferta de la industria turística está delimitada por el perfil de los turistas a las cuales van dirigidas, por lo que ha implicado cambios en la actividad turística, dando lugar a la surgimiento de nuevas tendencias o modalidades del turismo que se adaptan mejor a las características del viajante. El turismo LGBTTTI es una modalidad del turismo que surge para satisfacer las demandas de un mercado específico y cuya

importancia económica genera movilidad no sólo financiera, sino también social para el desarrollo de cualquier región.

Como veta de trabajo académico, el turismo ha sido tratado de manera amplia en la administración y la economía y es un tema en consolidación desde las ciencias sociales. En la literatura revisada, muy pocas dimensiones de las relaciones entre desarrollo, sexualidad, turismo y diversidad sexual han sido examinadas. Por lo que intentamos abordar la importancia de la inclusión de la sexualidad en el desarrollo y las políticas públicas que norman la actividad turística: una oportunidad para el turismo LGBTTTI o disidente del sistema sexo-género.

2.5.1. La Sexualidad en la Concepción del Desarrollo

La noción de desarrollo ha evolucionado de acuerdo a los valores dominantes de la sociedad y tenido varias acepciones según la dinámica social en la que se desarrolla; se ha convertido en un modelo de excelencia para entender, organizar y argumentar la política pública regional, nacional e internacional que busca promover el desarrollo de un país o de una región, incluso ha sido fundamental para comprender la noción de sujeto y de identidad.

El concepto de desarrollo marca su origen en una definición acotada al crecimiento económico (Rionda, 2005; Cardenas, 1998) y ha trasmutado a concepciones que integran al ser humano y sus necesidades básicas, (Seers, 1980; Streeten, Shahid, Haq, Hicks, & Frances, 1986; Sen, 2004; PNUD, 2014) así como a nociones vanguardista que reflejan la preocupación por el medio ambiente, (Valcárcel, 2006) la equidad y la justicia social (Elguea, 2011). Por lo anterior podemos mencionar que el término desarrollo ha sido demarcado con diversas acepciones, tales como: crecimiento económico, distribución, igualdad, sostenibilidad, bienestar, capacidades humanas, y desarrollo humano, entre otras. La noción de desarrollo humano y no las de crecimiento económico fue la que abrió posibilidades para que se incluyera a la sexualidad en los discursos hegemónicos del desarrollo. No obstante, también surgen expectativas y preguntas de cómo la dimensión sexualidad se incluye en una noción moderna del

desarrollo e impacta a las actuales políticas globales y nacionales de género, equidad y derechos.

En la concepción moderna del desarrollo, la lucha de las feministas ha sido fundamental para dignificar las condiciones de la mujer en la sociedad y su correlación con las políticas de desarrollo en donde se involucran nociones de género y equidad. (Boserup, 2011; Safa, 1995; Aguinaga, Lang, Mokrani, & Santillana, 2013). Sin embargo, quienes trabajan cuestiones de desarrollo han abordado la sexualidad de maneras limitadas, el mejor ejemplo de ello es cómo a partir de la década de los 60 cuando la sexualidad toma especial énfasis y se incorpora en la agenda del desarrollo global, la sexualidad quedó enmarcada bajo el concepto de planificación familiar.

Fue durante las conferencias de la Organización de la Naciones Unidas particularmente El Cairo (Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo 1994) y Beijing (Conferencia Mundial sobre la Mujer 1995) cuando consideraron nuevas unidades de análisis para abordar a la sexualidad en relación con la salud, el desarrollo humano y los derechos humanos; ese abordaje continuo reduciendo a la sexualidad a una visión subordinada a la noción reproducción (infecciones de transmisión sexual, embarazos en adolescentes), sin embargo en la mesa de debate se colocaron nuevos conceptos que brindaron a la sexualidad otra perspectiva de análisis en los temas del desarrollo como, la equidad de género (comprendida desde la dicotomía hombre-mujer) y prevención de violencia (vulnerabilidad de las mujeres).

Los esfuerzos de organismos internacionales, de asociaciones no gubernamentales y grupos activistas vuelven visible el tema de la sexualidad, hace su aparición en relación con la salud y la reproducción se abordan temas relevantes como VIH-sida, las ITS (Infecciones de Transmisión Sexual), la violencia sexual, la violación y el incesto, la mutación genital, la pornografía, la prostitución y el abuso sexual, la tendencia es centrarse en aspectos negativos de la sexualidad. Cuando se analiza la forma en que el tema de la sexualidad se ha incorporado a las políticas públicas del desarrollo, se distingue un planteamiento subordinado a la noción de reproducción, y a la equidad de género desde una visión de binarismos excluyentes (hombres y mujeres) (masculino y femenino). No obstante a esos avances creemos que es necesario un planteo teórico desde una visión amplia, una visión que incorpore que emerja desde los

derechos humanos e incluya a la diversidad sexo-genérica (Núñez, Ponce, & Woolfolk, 2015).

La sexualidad ha sido un tópico relevante en las últimas décadas, ha generado discusión en los asuntos políticos y socioculturales que ha implicado replanteamientos teóricos conceptuales; sin los organismos internacionales reformulen sus propuestas considerando la importancia de la sexualidad en la organización de las relaciones de poder modernas, si en el diseño de políticas públicas en la agenda del desarrollo se aborda la sexualidad desde la perspectiva teórica *queer*,⁴¹ la cual comprende todos los matices que el género puede adoptar y que además que cuestiona el sistema de homologías de sexo, género y orientación sexual basado en binarismos excluyentes, los abordajes de la sexualidad en la agenda del desarrollo, se lograría una coherencia con una noción de desarrollo centrado en la persona, en el ser humano. (Núñez et Al, 2015).

2.5.2. Sexualidad, Turismo y Políticas Públicas

La Constitución Política es la máxima ley, la ley fundamental y la de mayor jerarquía. En ella se establecen los derechos y obligaciones de los mexicanos; surge en 1917 en sus declaraciones contiene un catálogo referente a los derechos humanos, veamos: El capítulo I trata sobre los derechos humanos y sus garantías: *Artículo 1. En los Estados Unidos Mexicanos todo individuo gozará de las garantías que otorga esta Constitución, las cuales no podrán restringirse ni suspenderse, sino en los casos y con las condiciones que ella misma establece.* (UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2016)

⁴¹ La teoría *queer* es un planteo teórico que nos propone, a partir de la evidencia científica, que la sexualidad humana es en sí misma una construcción social, un producto de fuerzas históricas y sociales que la han definido, normado, asignado sentido y, la han convertido en un espacio para el control social, así como en ocasión de opresiones y poderes diversos (Foucault, 1976; Weeks, 1998; Rubio, s/f).

La teoría *queer* también nos plantea que la sexualidad humana es diversa en el nivel corporal-biológico, en el nivel del género (lo que se socialmente se entiende como hombre y mujer, masculino y femenino), y en lo que corresponde a la orientación sexual y afectiva. De esa manera, lo que la teoría *queer* propone es que atendamos a la manera en que diversas ideologías históricamente heredadas nos han impedido ver esta diversidad. Estas ideologías son, desde el planteo teórico *queer* el binarismo sexual, el binarismo de género y el binarismo erótico heterosexista (Jagose, 1996; Butler 2014; Núñez 2011).

La anterior declaración permanece inamovible durante 84 años, y fue entonces en el sexenio del C. Presidente de la República Vicente Fox Quezada que aprueba, entre otras, la siguiente reforma al artículo primero de la Constitución Mexicana:

Capítulo I De los Derechos Humanos y sus Garantías

Artículo 1o. En los Estados Unidos Mexicanos todo individuo gozará de las garantías que otorga en esta Constitución, las cuales no podrán restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece. [...] Queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las capacidades diferentes, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas. (Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión, 2016:2)

En el anterior señalamiento se puede observar que al artículo se le realizan modificaciones sustanciales, a las garantías de los seres humanos se incluye la noción discriminación. Pero fue hasta el año de 2011 que se sustituye el término “individuo” por “persona” y se sustituye el término “preferencias” por “preferencias sexuales”. Entonces el artículo 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, que el día de hoy nos rige se enuncia de la siguiente forma:

TÍTULO PRIMERO. CAPÍTULO I.

De los Derechos Humanos y sus Garantías. Artículo 1o. En los Estados Unidos Mexicanos todas las personas gozarán de los derechos humanos reconocidos en esta Constitución y en los tratados internacionales de los que el Estado Mexicano sea parte, así como de las garantías para su protección, cuyo ejercicio no podrá restringirse ni suspenderse, salvo en los casos y bajo las condiciones que esta Constitución establece. [...] Queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas. (Cámara de Diputados de H Congreso de la Unión, 2013:2)

A nivel federal, se han dado avances legales en materia de libertades de las personas por su identidad sexual, pero aún hay trabajo por hacer para integrar a la disidencia sexo genérica en un marco igualitario de derechos, para que homosexuales, lesbianas, bisexuales, transexuales, transgénero, travestis e intersexuales vivan hoy de

manera más visible y con mayor participación pública; y día a día mermen los problemas que enfrentan por su identidad sexo-genérica distinta a la heterosexual.

Aún con los avances en materia de legislación a las garantías individuales de las personas con identidad sexual distinta a la heteronormativas aún se presentan una falta de aceptación o discrepancia de opiniones en cuanto a las personas con orientación sexual distinta a la heterosexual así lo revela los resultados sobre Diversidad Sexual de la Encuesta Nacional sobre Discriminación en México, Enadis2010.(CONAPRED, 2013) Existe una necesidad de transversalizar las Políticas Públicas, para que exista una concatenación de las garantías de los derechos humanos que dicta la constitución y los Planes de Desarrollo.

2.5.3. Sexualidad y Plan Nacional de Desarrollo 2013 -2018

El Plan Nacional de Desarrollo 2013 -2018 (PND 2013-2018) es un documento de trabajo en donde convergen ideas y visiones, así como propuestas y líneas de acción para llevar a México a su máximo potencial; además, proyecta hacer de México una sociedad de derechos en donde todos tengan acceso efectivo a los derechos que otorga la constitución (Gobierno Federal 2013). Para lograr lo anterior se establecen como metas Nacionales: un México en Paz, un México Incluyente, un México con Educación de Calidad, un México Próspero y un México con Responsabilidad Global. Asimismo, se presentan Estrategias Transversales para Democratizar la Productividad, para alcanzar un Gobierno Cercano y Moderno, y para tener una Perspectiva de Género en todos los programas de la administración pública federal.

En este estudio solo analiza una de las tres estrategias transversales, la de “perspectiva de género” y dos de las metas nacionales del PND 2013-2018: México Incluyente y México Próspero, en esta última sólo se analiza la parte que enfatiza al turismo como actividad promotora de desarrollo económico y bienestar social.

Estrategia transversal perspectiva de género

La presente Administración considera fundamental garantizar la igualdad sustantiva de oportunidades entre mujeres y hombres. Es inconcebible aspirar a llevar a México hacia su máximo potencial cuando más de la mitad de su población se enfrenta a brechas de género en todos los ámbitos.

Éste es el primer Plan Nacional de Desarrollo que incorpora una perspectiva de género como principio esencial. Es decir, que contempla la necesidad de realizar acciones especiales orientadas a garantizar los derechos de las mujeres y evitar que las diferencias de género sean causa de desigualdad, exclusión o discriminación. El objetivo es fomentar un proceso de cambio profundo que comience al interior de las instituciones de gobierno. Lo anterior con el objeto de evitar que en las dependencias de la Administración Pública Federal se reproduzcan los roles y estereotipos de género que inciden en la desigualdad, la exclusión y discriminación, mismos que repercuten negativamente en el éxito de las políticas públicas. (Gobierno Federal, 2016).

De forma transversal el PND desarrolla una estrategia que atraviesa por todas las metas nacionales la estrategia de Perspectiva de Género, en la que se busca garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres, puntualiza que no se puede aspirar a llevar a México hacia su máximo potencial cuando más de la mitad de su población se enfrenta a brechas de género en todos los ámbitos, es decir, que contempla la necesidad de realizar acciones especiales orientadas a garantizar los derechos de las mujeres y evitar que las diferencias de género sean causa de desigualdad, exclusión o discriminación. Esta estrategia busca erradicar que en las dependencias de la Administración Pública Federal se reproduzcan los roles y estereotipos de género que inciden en la desigualdad, la exclusión y discriminación porque impactan negativamente en el éxito de las políticas públicas.

Con la lectura de este discurso se puede percibir que la estrategia transversal perspectiva de género, entiende la equidad de género como la relación de hombres y mujeres. Desde la perspectiva Teórica *Queer* la noción de género es limitada, ya que la estrategia está enmarcada en un binarismo sexual que refiere a la ideología y práctica de construir dos sexos de los cuerpos humanos, a partir del supuesto binarismo cromosómico, gonadal y genital de la especie (Núñez, 2011). Esta, es una postura equivocada ya que en términos biológicos existen más de dos sexos en la especie humana. No sólo existen personas XX y XY, sino también desde el punto de vista cromosómico personas con un trío cromosómico XXY, XYY, XXX, o incluso con otras combinaciones cromosómicas. De igual forma existen personas con ambas gónadas, es decir, personas con testículos y con ovarios. En cuanto a lo genital, no solo existen seres humanos con pene y testículos o con vulva y vagina, sino que existen personas con gran

variabilidad corporal de tejidos genitales. Según Fausto-Streling (1993) se calculan entre el 1 y 3% de la población mundial y son denominadas “intersexuales” (Núñez, 2011).

Dada a esta variabilidad corporal, es común que al momento de nacer se seleccionen determinados atributos físicos (genitales) para asignar uno de los dos sexos reconocidos socialmente. Hasta cierto punto, los cuerpos se vuelven inteligibles y tienen significado a partir de ser reconocidos y clasificados por los ideales socio-culturales. No obstante, la intersexualidad materializa una realidad humana que exige su reconocimiento e inclusión exenta de los ideales socio-culturales (Núñez, 2011) basada en las realidades naturales de tal manera que gocen de visibilidad en el ámbito jurídico, social, cultural, económico y político, y se les conceda la satisfacción a sus necesidades como seres humanos en los planes y programas de desarrollo regionales, nacionales y globales.

La no inclusión social, hasta ahora, de la población intersexual y transexual, ha afectado no sólo su salud, educación y capacidad económica y, con ellos, su inclusión misma como sujetos actores y beneficiarios del desarrollo, sino también su integridad corporal, su dignidad como seres humanos y su vida misma. (Núñez et. al, 2015)

La estrategia transversal del PND 2013-2018, reproduce acríticamente la ideología que sólo acepta la existencia de dos cuerpos y de dos sexos en la especie humana. Como ejemplo, pueden citarse frases llenas de buenas intenciones, pero inadecuadas, como cuando se dice que se busca: “garantizar la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres”, o “contempla la necesidad de realizar acciones especiales orientadas a garantizar los derechos de las mujeres y evitar que las diferencias de género sean causa de desigualdad, exclusión o discriminación” (Gobierno Federal, 2012) entendiendo por sexo, a la construcción social de género, hombre y mujer y por discriminación a la que ocurre contra las mujeres, solamente.

Con independencia a los avances en materia de equidad y perspectiva de género, creemos que se sigue careciendo de un análisis coherente sobre la sexualidad y el poder en las sociedades modernas, que sirva de base para argumentar una reflexión desde una visión inclusiva de la sexualidad en las políticas públicas y el desarrollo; de tal manera que se permita reconocer a toda la diversidad de identidad sexual, y erradicar el

paradigma hegemónico moldeado por una sociedad heterosexista que estipula que el sexo con el que nace una persona determina su género.

En lo que respecta a la Meta Nacional México Incluyente, ésta señala:

El Plan explica las estrategias para lograr un México Incluyente, en el que se enfrente y supere el hambre. Delinea las acciones a emprender para revertir la pobreza. Muestra, también, el camino para lograr una sociedad con igualdad de género y sin exclusiones, donde se vele por el bienestar de las personas con discapacidad, los indígenas, los niños y los adultos mayores. (Gobierno Federal, 2012)

En la Meta de México incluyente, centraliza su acción en garantiza el goce de los derechos sociales y cerrar las brechas de desigualdad de los grupos vulnerables, señalando como vulnerables a las mujeres, a los que hablan lengua indígena, a los que viven con una discapacidad, a los niños y niñas y además a las personas de edad avanzada.

Enfrentar y superar el hambre, delinear acciones a emprender para revertir la pobreza (alimentación, salud y vivienda digna) para lograr una sociedad justa y equitativa, en donde se vele por el bienestar de las personas con discapacidad, los indígenas, los niños y los adultos mayores; la discriminación, intolerancia y exclusión social constituye uno de los mayores desafíos de la actual administración federal. Señala la necesidad de dirigir esfuerzos para incluir a los jóvenes que no estudian ni trabajan a las cifras de población económicamente activa o a los indicadores de estudiante activos de la Secretaría de Educación Pública, protección y atención social para adultos mayores a 65 años y a las personas discapacitadas.

En materia de salud señala que hay situaciones que atentan contra la salud, como la pobreza y los estilos de vida poco saludables y de riesgo; hablan del sexo inseguro, como una manera significativa que repercute en la salud de la población, en las estrategias de acción hablan de controlar las infecciones de “transmisión sexual”, promover una “salud sexual y reproductiva” etc.

Acceso a vivienda digna, infraestructura social básica y desarrollo territorial el objetivo central es reducir el rezago de vivienda a través del mejoramiento y ampliación de la vivienda existente y el fomento de la adquisición de la vivienda nueva y de forma

responsable buscar que crecimiento urbano y el desarrollo de viviendas se encuentre cerca de servicios como escuelas, hospitales y centros de abasto.

Para continuar con el análisis cito el enfoque transversal de perspectiva general, en donde se señalan las estrategias generales que deberán seguirse en la presente administración para el desarrollo efectivo de la meta México Incluyente.

Promover la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres para ejercer sus derechos, reduciendo la brecha en materia de acceso y permanencia laboral; desarrollar y fortalecer esquemas de apoyo y atención que ayuden a las mujeres a mejorar sus condiciones de acceso a la seguridad social y a mejorar su bienestar económico; fomentar políticas dirigidas a los hombres que favorezcan su participación en el trabajo doméstico y de cuidados, así como sus derechos en el ámbito familiar; prevenir y atender la violencia contra las mujeres con la coordinación de las diversas instituciones gubernamentales y sociales involucradas en esa materia; diseñar, aplicar y promover políticas y servicios de apoyo a las familias, incluyendo servicios asequibles, accesibles y de calidad para el cuidado de infantes y otros familiares que requieren cuidados; evaluar los esquemas de atención de los programas sociales para determinar los mecanismos más efectivos que reduzcan las brechas de género, logrando una política social equitativa entre mujeres y hombres

Por lo anterior, podemos asumir que en la Meta Nacional México Incluyente se reproduce el discurso de la dicotomía macho-hembra y a la que se le suma otro dispositivo de poder: el binarismo de género que se puede definir como la ideología y práctica que se apoya en el binarismo sexual, para “naturalizar” el comportamiento y los papeles sociales asignados a hombres y mujeres (su masculinidad y femineidad) (Núñez, 2011).

El concepto de género viene a dar cuenta de la construcción sociocultural de que el cuerpo/sexo macho se deriva naturalmente la masculinidad y del cuerpo/sexo hembra, la femineidad; se trata de una articulación de la corporalidad y la sexualidad en la que , para su distinción, se clasifican roles, atributos y significados sociales.

Las históricas reformas legales conquistadas en estos últimos años han sido imprescindibles para avanzar en materia de inclusión social. Se presentan avances en materia de política pública contra los roles y estereotipos de género, a través de nociones como igualdad y equidad de género y la estructura transversal de perspectiva de género, pese a lo que pueda pensarse, no ha sido suficiente para agotarlos en esta agenda pues afecta a más personas que no están siendo incluidas y quedan discriminadas

en las acciones que garantizan el goce de los derechos sociales, como las personas transexuales, transgénero o travestis, así mismo no atiende el binarismo de género que ignora a las personas que transgreden el género esperado por la sociedad, en algún aspecto o a lo largo de su vida. Nos referimos aquí tanto a las personas transexuales, como a las personas transgénero y andróginas.

La condición transexual y transgénero en contextos sociales de ideologías de poder de binarismo sexual y de género, se traduce en una violencia estructural de las sociedades patriarcales que repercute en las condiciones de pobreza de los afectados. La inmensa mayoría de personas transexuales y transgénero sufren una violencia, exclusión económica y exclusión laboral que no sufren otras personas de su propia clase social en las sociedades donde habitan (Núñez, et al, 2015).

El bullying que sufren en las escuelas, provoca su exclusión o expulsión temprana de las instituciones educativas que impacta en incompetencia laboral y obtención de empleo formal, esta acción pueden llevar a que las personas transgénero, transexuales y andróginas sufran situaciones de depresión e incluso suicidios. De igual forma, no son objeto de atención de las políticas públicas de combate a la pobreza, no son sujetos de créditos ni de programas compensatorios que sí favorecen a las mujeres (aun cuando muchas de ellas se consideren a sí mismas mujeres); la falta de inclusión en las instituciones educativas o del empleo formal, agrava aún más su situación de pobreza (Núñez, et al, 2015).

En materia de salud, en el discurso se perciban “pincelazos”, algunos de los elementos de la dimensión sexualidad en el establecimiento de políticas públicas y estrategias para el desarrollo, sólo se visualiza desde los conceptos como el de “Derechos Sexuales y Reproductivos”, es decir, se incorpora la sexualidad en las metas y estrategias del PND 2013-2018 subordinada al tema de la población y sus preocupaciones por la salud reproductiva y la equidad de género, acotada a la equidad entre hombres y mujeres. La invisibilidad, exclusión, discriminación, y subordinación económica, social, cultural y política de las personas transexuales y transgénero condiciona fuertemente su situación de pobreza, sus altas tasas de morbilidad y mortalidad (una baja esperanza de vida), la negación de servicios de salud adecuados y sus muy bajos niveles de vida y de bienestar.

La desigualdad y la exclusión se construyen por la sociedad misma, la democracia exige no aceptar como natural la desigualdad y la exclusión, por lo que es necesario modificar procesos políticos y culturales para comprender que las personas son iguales independientemente de su identidad sexual y de género. Además es necesario hacer presente en los planes de desarrollo al grupo amplio de personas disidentes de sexo y género y no pasarlos inadvertidos como se puede constatar en una de las metas de México Incluyente.

El principio de inclusión parte del hecho innegable de que las personas podemos tener condiciones diferentes como el género, la orientación sexual, o cualquier otra, sin que ello tenga que ser un inconveniente para garantizar el ejercicio de los derechos y el acceso a las oportunidades en condiciones de igualdad. Por lo que la inclusión consiste, en tener una visión amplia de los derechos humanos sexuales y reproductivos de tal manera que se logre transformar el entorno social: la cultura, las instituciones, los procesos, la infraestructura, los servicios, el marco legal, entre otros muchos aspectos, que conlleve a ser realmente una sociedad incluyente.

Un Estado garante de los derechos humanos que otorga la constitución promueve una sociedad incluyente, libre de homofobia en donde se reconozca y respete a la diversidad sexual, de género y de orientación sexual; lo anterior brindaría potencialmente nuevas posibilidades de trato justo y equitativo para los seres humanos, que incluyen acciones afirmativas en ámbitos laborales, educativos, de salud y políticos. Así mismo, crea posibilidades de inversión en regiones y países.

El desarrollo del turismo se ha visto desde hace poco más de una década como una opción de desarrollo por los beneficios económicos que representa para las comunidades receptoras y la modalidad de turismo LGBTTTI es un ejemplo de las áreas de oportunidad que generan entre las políticas progresistas hacia el colectivo disidente del sistema sexo-género.

La posibilidad de asumir que la actividad turística y los turistas influyen económica y socialmente en el desarrollo de una región, nos lleva a reflexionar en el turismo como un modelo para la promoción del desarrollo regional que debe de analizarse no sólo como un proceso de economía política sino al mismo tiempo de reorganización socio espacial y transformación política, social y cultural.

Desde esta perspectiva se concibe al turismo LGBTTTTI como una industria productora de espacios, significados y experiencias, por lo que debe influir en cambios de políticas públicas y capacidades empresariales para su práctica.

2.5.4. Turismo y Plan Nacional de Desarrollo 2013 -2018

Meta Nacional México Próspero

Un México Próspero que promueva el crecimiento sostenido de la productividad en un clima de estabilidad económica y mediante la generación de igualdad de oportunidades. Lo anterior considerando que una infraestructura adecuada y el acceso a insumos estratégicos fomentan la competencia y permiten mayores flujos de capital y conocimiento hacia individuos y empresas con el mayor potencial para aprovecharlo. Asimismo, esta meta busca proveer condiciones favorables para el desarrollo económico, a través de una regulación que permita una sana competencia entre las empresas y el diseño de una política moderna de fomento económico enfocada a generar innovación y crecimiento en sectores estratégicos. El turismo representa la posibilidad de crear trabajos, incrementar los mercados donde operan las pequeñas y medianas empresas, así como la posibilidad de preservar la riqueza natural y cultural de los países (Gobierno Federal, 2012).

En la meta del México Próspero del PND 2013-2018, se propone elevar la productividad del país como medio para incrementar el crecimiento potencial de la economía y así el bienestar de las familias. Para el fortalecimiento de este eje, el gobierno federal analiza elementos que condicionan el desarrollo económico de la nación, tal es el caso de la minería, el sector agroalimentario, infraestructura de transporte logística, y entre otros el sector turismo. En éste señala que el turismo representa la posibilidad de crear trabajos, incrementar los mercados donde operan las pequeñas y medianas empresas, así como la posibilidad de preservar la riqueza natural y cultural de los países, habla de la derrama económica que se genera por la actividad turística, el crecimiento de infraestructura para la oferta turística; por otra parte señala la necesidad de fomentar esquemas financieros para promover la inversión turística, consolidar un modelo de desarrollo turístico sustentable a través de la preservación de los recursos naturales y culturales. Adicional a lo anterior señala que se requiere fortalecer el impacto del turismo en el bienestar social de las comunidades receptoras

para mejorar las condiciones de vida de las poblaciones turísticas. Y termina señalando: “que todas las políticas de desarrollo del sector deben considerar los criterios enfocados a incrementar la contribución del turismo a la reducción de la pobreza y la inclusión social”.

Para lograr lo anterior, el PND señala en el Objetivo 4.11. “Aprovechar el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica” las diferentes estrategias a seguir son: impulsar el ordenamiento y la transformación del sector turístico; impulsar la innovación de la oferta y elevar la competitividad del sector turístico; fomentar un mayor flujo de inversiones y financiamiento en el sector turismo y la promoción de eficaz de los destinos turísticos; impulsar la sustentabilidad y que los ingresos generados por el turismo sean fuente de bienestar social.

En las estrategias a seguir para lograr un México Próspero considerando al turismo como sector de desarrollo, sólo se ve al turismo como palanca del desarrollo en que sólo se piensa en un crecimiento económico representado por el PIB; no habla de la posibilidad de que el turismo sirva para construir un dialogo entre culturas, no menciona la necesidad de fomentar la cultura de inclusión de respeto a la no discriminación a esa apertura y solidaridad que debe existir para el “otro” en función a las diferencias por identidad sexo genérica, o de otro tipo: étnica, religiosa, discapacidad, color de piel, entre otros.

En la estrategia de innovación de la oferta y la competitividad del sector turismo señala que es necesario posicionar adicionalmente a México como un destino atractivo en segmentos poco desarrollados, además del sol y playa, como el turismo cultural, ecoturismo y aventura, salud, deportes, de lujo de negocios, y reuniones, cruceros y religiosos; no menciona la oportunidad de diversificar la oferta de productos turísticos para un grupo amplio de la comunidad, las personas LGBTTTI.

2.5.5. Actores y Agentes Involucrados en la Cadena Productiva del Turismo

2.5.5.1. Organismos internacionales del turismo. La organización mundial del turismo la OMT aboga por un turismo que contribuya al crecimiento económico, a un desarrollo incluyente y a la sostenibilidad. A través del Código Ético para el Turismo propone

directrices para que el turismo sea desarrollado en condiciones que permitan obtener el máximo beneficio para todas las partes que conforman la actividad turística, asimismo, busca minimizar sus posibles impactos negativos y promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio (ODS), que principalmente se encaminan a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible del turismo.

El Código Ético para el turismo propone también los principios que pretenden guiar a los protagonistas del turismo (turistas, comunidades receptoras, prestadores de servicios y Estados) en sus acciones. Estas prácticas se agrupan en nueve temas, clasificados de la siguiente forma: (Delisle & Jolin, 2011)

1. Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades;
2. El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo;
3. El turismo, factor de desarrollo sostenible;
4. El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad;
5. El turismo, actividad benéfica para los países y las comunidades de destino
6. Obligaciones de los agentes del desarrollo turístico;
7. Derecho al turismo;
8. Libertad de desplazamientos turísticos;
9. Derechos de los trabajadores y de los empresarios del sector turístico.

Algunos de los anteriores principios resultan de una comprensión de la naturaleza propia del turismo, mientras que otros se inscriben en la reflexión ética aplicada a la empresa. A fin de este análisis reflexionaremos en los siguientes artículos:

Artículo 1.1 De la Contribución del turismo al entendimiento y al respeto mutuo entre hombres y sociedades:

La comprensión y la promoción de los valores éticos comunes de la humanidad, en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable. Los agentes del desarrollo turístico y los propios turistas prestarán atención a las tradiciones y prácticas sociales y culturales de todos los pueblos, incluso a las de las minorías nacionales y de las poblaciones autóctonas, y reconocerán su riqueza. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2013)

El artículo 1.1 habla de promover valores éticos comunes de la humanidad en un espíritu de tolerancia y respeto de la diversidad de las creencias religiosas, filosóficas y

morales son, a la vez, fundamento y consecuencia de un turismo responsable, sin embargo no menciona respeto a la disidencia sexo genérica. Se puede leer en este artículo un discurso de lenguaje sexista ya que solo refiere a “los hombres y las sociedades” para referirse a los seres humanos sin atender la diversidad sexo-genérica de manera específica.

El artículo 2.2 El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo. Señala:

Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos.

(Organización Mundial del Turismo OMT, 2013)

Este artículo habla de la promoción de los derechos de los hombres y mujeres, así como en los planes de desarrollo antes expuestos, se percibe un reconocimiento a los derechos pero dentro de un binarismo de sexo, dejando al margen a todas aquellas realidades sexo genéricas que existen en nuestra sociedad y que también sus individuos que gozan o deberían gozar de los beneficios de la práctica turística, y gustan de hacerlo dentro de un marco de respeto, en un sentido de libertad al escapar de la censura de una sociedad heteronormativa, podría pensarse que su referencia a la población más vulnerable es una veta de oportunidad para abrir camino a la inclusión explícita de la población LGBTTTI.

El Código Ético Mundial para el Turismo, no menciona la discriminación por identidad y orientación sexual. El reto importante que enfrenta el turismo LGBTTTI es el de generar una relación entre los organismos públicos y privados, nacionales e internacionales, a fin de establecer una sociedad que elimine barreras de prejuicio y discriminación además mantenga una actitud solidaria al visitante y residente homosexual; para lograr lo anterior es necesario que los esfuerzos encaminados para promover el turismo, en especial el turismo LGBTTTI, por los diferentes niveles de gobierno y todos los actores y agentes involucrados en la cadena productiva del turismo no pierdan de vista que para generar una agenda de competitividad deben existir cambios estructurales, como marcos jurídicos, políticas públicas, políticas de desarrollo, institucionales, entre otros.

2.5.5.2. Cámara de comercio. La Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) es un organismo público descentralizado e independiente de la Secretaría de Economía del Gobierno Federal Mexicano. Fue creado para promover y proteger los derechos del consumidor, fomentar el consumo inteligente y procurar la equidad y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.

EL Capítulo VI de los servicios en la Ley General de Protección al Consumidor señala *objetivo esta ley es promover y proteger los derechos y cultura del consumidor y procurar la equidad, certeza y seguridad jurídica en las relaciones entre proveedores y consumidores.*

El artículo 58 de la misma ley señala:

el proveedor de bienes, productos o servicios no podrá negarlos o condicionarlos al consumidor por razones de género, nacionalidad, étnicas, preferencia sexual, religiosas o cualquiera otra particularidad”. Párrafo adicionado DOF 04-02-2004 Continúa, “ Los proveedores de bienes y servicios que ofrezcan éstos al público en general, no podrán establecer preferencias o discriminación alguna respecto a los solicitantes del servicio, tales como selección de clientela, condicionamiento del consumo, reserva del derecho de admisión, exclusión a personas con discapacidad y otras prácticas similares, salvo por causas que afecten la seguridad o tranquilidad del establecimiento, de sus clientes o de las personas discapacitadas, o se funden en disposiciones expresas de otros ordenamientos legales [...]

Aún con los avances en materia de legislación y que existan normativas para proteger los derechos del consumidor, la interpretación de estas leyes quedan sujetas a esquemas heteronormativo que coartan la normalización social para la diversidad sexual. Especialmente cuando se incluye como salvedad para la discriminación la “tranquilidad” se deben proponer leyes y reglamentos favorables que provoquen el respeto al colectivo LGBTTTI de manera explícita, de tal manera que pueda disfrutar de espacios de libertad y normalidad social.

CAPÍTULO III - DISEÑO METODOLÓGICO Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de la Investigación

Tal como se señaló en el planteamiento del problema en el primer capítulo de la investigación, el objetivo de este trabajo, considerado bajo el paradigma de la investigación cualitativa, es analizar la influencia que tiene el discurso hegemónico del campo sexual en la implantación de las concepciones, valores y actitudes sobre sexualidad y género que rigen las prácticas de los prestadores de servicios turísticos para la atención al cliente disidente en sexo y género en el Estado de Sonora. Para conseguirlo se realizarán una serie de actividades que se describirán en este capítulo.

Se inicia este apartado exponiendo el planteamiento del problema, la justificación e importancia del tema para redondear con el asentamiento de los objetivos generales y específicos que delimitan nuestra investigación. Posteriormente realizamos la caracterización de la investigación cualitativa y se describirán las etapas de la etnografía, la cual fue seleccionada como metodología de investigación. Por último, se especificarán los instrumentos y procedimientos empleados en este estudio.

3.1.1. Planteamiento del Problema

La expansión acelerada y constante de la industria del turismo la convierte en una realidad imposible de desapercibir dada la innegable importancia de procesos asociados a este fenómeno en contextos internacionales, nacionales y locales. Es una industria, cuyo desarrollo debe ser prioritario en todas las naciones, principalmente para generar ingresos y empleos. Así mismo es una actividad que en los últimos años ha representado una gran oportunidad de crecimiento y desarrollo, lo que permite elevar la calidad y el

nivel de vida de los habitantes de las zonas turísticas debido a la generación de empleos, desarrollo e ingresos para la sociedad, las empresas, su personal y en general para el país.⁴²

La importancia económica del turismo ha llevado a instituciones e investigadores al análisis del mismo desde la perspectiva económica. El Dr. Albert Blasco Peris, coordinador de los estudios de turismo y del congreso de ocio y turismo OCITUR 2012, (Peris, 2012) señala que es necesario exponer los impactos macroeconómicos para evitar que el ciudadano crea que del turismo sólo se benefician unos cuantos; infiere que deben determinarse y cuantificar los puestos de trabajo directo, indirecto e inducido que representa esta actividad.

En el mismo sentido, es importante considerar al turismo no sólo como un fenómeno con repercusiones económicas relevantes; es imprescindible resaltar la otra serie de beneficios y/o consecuencias que conlleva el desarrollo de la actividad turística, dicho de otra manera es importante considerar el impacto social que genera la industria del turismo tanto en la comunidad receptora como en el visitante. Como consecuencia del turismo se estrechan los lazos de amistad y/o desacuerdos entre pueblos y personas de distintas regiones del planeta, tejidos culturales que se entrelazan, por lo que es importante, como señala Miguel Matute Peña, el hecho de que se haga necesario estudiar profundamente su impacto a niveles macro social y comunitario, debido a que el turismo puede provocar y causar determinados perjuicios y molestias a nivel municipio, que pueden llegar a repercutir a nivel macro social y además existen posibilidades de potenciar las acciones de la sociedad en aras de aumentar la calidad de la oferta turística. (Matute, Aguilar, Asanza, & Publio, 2013)

⁴² El Gobierno Federal, presidido por Enrique Peña Nieto, apuesta a un México Próspero aprovechando el potencial turístico de México para generar una mayor derrama económica en el país. (Eje IV del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018). Advierte que la oferta de alojamiento contribuyó a generar 2.5 millones de puestos de trabajo en 2010, lo que representa el 6.9% del empleo total. Claudia Ruíz Massieu, titular de la Secretaría de Turismo, resalta que el turismo es la tercera fuente de divisas en el país, genera casi 9% del Producto Interno Bruto y más de 2.5 millones de empleos directos. (emeequis, 2013) El Gobierno del Estado reporta que durante el 2009 Sonora tuvo una afluencia de 7, 820,431 turistas, generando una derrama de \$22'968 millones de pesos. Según datos del INEGI el PIB que aporta al estado la actividad la actividad turística corresponde al 17.56%, <http://cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/son/economia/default.aspx?tema=me&e=26>. (INEGI, 2016)

En definitiva, la posibilidad de asumir que la actividad turística y los turistas que nos visitan influyen en gran manera a que hoy seamos un país en vías de desarrollo y que disfrutemos de la sociedad del bienestar, nos lleva a considerar al turismo como un modelo para la promoción del desarrollo regional, que debe de analizarse no sólo como un proceso de economía política, sino al mismo tiempo de reorganización socio espacial y transformación cultural. Desde esta óptica concebimos al turismo como una industria productora de espacios, significados y experiencias, cuyo auge ha sido posible porque ha coincidido con la aparición de profundos cambios en la composición de la demanda turística, lo cual ha influido en modificaciones de políticas públicas y privadas así como en la aplicación de las mismas.

De acuerdo a ese modelo de promoción del desarrollo regional de un país o una entidad federativa, el fenómeno del turismo ha adoptado diferentes vertientes o modalidades, según los estilos de vida y preferencia de los individuos que lo practican.

En los 80's del siglo XX el turismo de sol arena y playa seguía siendo la noción general del turismo; sin embargo, diversas modalidades del turismo empezaron a surgir, tales como el ecoturismo, los turismos de aventura, étnico, cultural, de salud, el sexual, entre otros (Molina, 2012).

Así mismo, a partir de esas transformaciones sociales se incluye el turismo gay, turismo LGBT, turismo LGBTTTI o turista disidente de sexo y género, es decir, el turista con identidad sexual y de género distinta a las identidades sexo genéricas dominantes. Ésta modalidad del turismo es el interés de esta investigación, la cual nos permitirá analizar que el turismo disidente de sexo y género, es una modalidad del turismo emergente a un pluralismo en los estilos sexuales, así como a una modalidad que responde a un colectivo fuertemente impulsado en las sociedades capitalistas y democráticas. Los procesos productivos dan respuesta a transformaciones sociales contemporáneas, y a su vez modifican esquemas sociales, creando significados que se definen a partir de procesos globales y al mismo tiempo se expresan en lo local.

Aunque el pluralismo en los estilos sexuales no ha roto en su totalidad con las normas heterosexuales dominantes, cada vez se vislumbra más una apertura de política pública y privada social, que se ha venido desarrollando por el impacto económico elevado que produce el turista homosexual. Según la Organización Mundial de Turismo,

en su reporte especial del turismo LGBT⁴³ señala que el impacto económico anual de los viajeros LGBT es de más de 65 billones por año sólo en EE.UU (World Tourism Organization, 2012)

En los siguientes párrafos se expondrán una serie de acciones que según el *Reporte Global de Turismo LGBT* volumen 3 de la Organización Mundial de Turismo, diversos países han realizado para crear oportunidades adicionales para el crecimiento económico dentro de los subconjuntos del conjunto del sector de viajes de turistas homosexuales y fomentar el turismo LGBT. (World Tourism Organization, 2012)

Antonio Bernabé, director de Turespaña, señala:

España, reconoce que el visitante LGBT es cada vez más relevante; para este portafolio asumimos el reto de mejorar la posición de España como destino *gay friendly*⁴⁴ en los mercados Europeos y convertirse en la mejor opción por los consumidores en los mercados emergentes (World Tourism Organization, 2012)

Asimismo, asegura que la estrecha cooperación entre los organismos públicos y privados será el camino más seguro hacia el éxito, tanto en el desarrollo de productos atractivos, como en la promoción de los mismos. España ha adoptado las realidades de la sociedad moderna y esto ha implicado tomar decisiones en la política pública del gobierno español, promoviendo la igualdad de derechos para todos los ciudadanos. A través de la ley aprobada en 2005 que permite el matrimonio entre personas del mismo sexo. Se confirma que España es una sociedad en la que han realizado una serie de cambios legales con los que se ha avanzado en el reconocimiento del matrimonio igualitario. Esta ley muestra una sociedad plural que aspira a eliminar todas las barreras discriminatorias, misma que provocó un cambio positivo en la imagen de España como destino LGBT.

⁴³ Debido a que los siguientes párrafos son traducciones propias de discursos realizados por líderes del turismo y de asociaciones de agencias de viaje especialista en turismo homosexual, que difunde la Organización Mundial del Turismo (OMT) se transcribirá tal cual hace referencia al mercado homosexual, lo señala como mercado LGBT (lesbiana, gay, bisexual y transexual) término que acota a solo 4 realidades sexuales.

⁴⁴ En la década de los 80's las empresas y los medios se dieron cuenta que estaban descuidando un nicho de mercado es así que se van creando las campañas dirigidas y se crea el concepto *gay friendly*. Las empresas *gay friendly* promueven la aceptación homosexual y combaten la homofobia. Entre sus objetivos no solo está tomar en cuenta a este nicho, sino también contratar empleados con estas preferencias sexuales. (Revista del Consumidor, 2011)

En el mismo sentido Marco Antonio de Brito Lomanto, Director de productos y destinos de EMBRATUR⁴⁵, señala:

En 2008 el gobierno de Brasil, reunió 17 ministerios, que organizados, pueden ser muy eficaces en la superación de las barreras del prejuicio y la discriminación; en mayo de 2011 se reconoció por el Supremo Tribunal la Unión Civil para las parejas del mismo sexo. Este fue el resultado de una fuerte asociación entre la comunidad LGBT y el Congreso Nacional, mostrando un deseo Nacional de coherente y maduro respeto de los derechos personales y la diversidad sexual (World Tourism Organization, 2012).

Un evento de gran relevancia en São Paulo es el *Desfile del Orgullo Gay* donde se reúnen más de 4 millones personas incluyendo a 650.000 turistas y en esta época, las empresas turísticas obtienen un incremento promedio de 20-25% y 30% de los ingresos sobre los servicios contratados para el evento.

Argentina, aprovecha el mercado de turismo homosexual, el Ministerio de Argentina infiere que las características de los consumidores LGBT son altamente atractivas para la economía de ese país. Por esa razón los productos turísticos LGBT están siendo prioridad para las estrategias y políticas públicas, que ayudan a convertir a Argentina en el mejor destino de turismo LGBT de América Latina.

El 15 de julio del 2010 se decretó la ley 26.618 que promueve la igualdad de derechos para el matrimonio de personas del mismo sexo; aprobando esta ley el gobierno de Argentina construye cambios en la sociedad y demuestra que es una sociedad en pro a la inclusión social y a la igualdad de derechos para visitantes y residentes homosexuales.

Sudáfrica está creciendo a nivel mundial como líder en bodas y paquetes de lunas de miel para personas del mismo sexo, es un país con una constitución liberal progresista, donde los turistas LGBT son más que bienvenidos. Algunos de los eventos que Sudáfrica realiza con la intención de atraer visitantes LGBT son: *Gay Pride Cape Town*, *Pink Loeries Mardi Gras*, *Out in Africa Film Festival*, *Mother City Queer Costume Party Event* y *Mr. Gay South África*. Aseveró, con su actitud de respeto y bienvenida, la infraestructura y capacidad de clase mundial, sumado una diversa oferta

⁴⁵ El Embratur es el órgano especial del Ministerio de Turismo responsable por la ejecución de la Política Nacional de Turismo en lo que respecta a la promoción, mercadeo y apoyo a la comercialización de los destinos, servicios y productos turísticos brasileños en el mercado internacional. (<http://www.turismo.gov.br/turismo/espanhol/embratur/>)

incomparable de experiencias, Sudáfrica seguirá atrayendo a los viajeros LGBT con el fin de hacer del país un destino de visita obligada en la lista anual de viajes.

Según Ryan Choi, embajador de IGLTA⁴⁶ de Corea del Sur, sostiene que los movimientos por los Derechos Civiles dieron inicio en los años 90's y continuaron expandiéndose durante la primera década del siglo XXI. Durante ese tiempo muchos grupos de los derechos civiles LGBT, a nivel nacional, organizaron un Festival Anual del Orgullo LGBT y en el festival se presentaron varios artistas identificados como homosexuales.

Al igual que otros movimientos de derechos civiles LGBT de todo el mundo en estos acontecimientos no vienen sin complicaciones y resistencia por parte de la sociedad, pero con cada año que pasa las actitudes están cambiando y el movimiento de los derechos civiles continúan trabajando.

Mientras actitudes conservadoras y normas familiares y culturales siguen presentando retos para el homosexual surcoreanos que decide *salir del closet*⁴⁷; debido a que la sociedad sigue siendo un duro desafío para la aceptación pública de la identidad homosexual; sin embargo, el país sigue siendo predominantemente un destino amigable y seguro para el viajero extranjero LGBT.

Diverciudad (Asociación Sonorense por una Ciudad Diversa e Incluyente, A.C.) tomando una nota de *enewspaper* señala que México es ya uno de los destinos turísticos favoritos para la comunidad LGBTTTI; en Latinoamérica, México se ubicó como el segundo lugar preferido después de Brasil y por arriba de Argentina. Dentro del territorio nacional. (Diverciudad, 2014)).

Dentro del territorio nacional, los destinos nacionales preferidos por la comunidad LGBTTTI⁴⁸ son Cancún, Puerto Vallarta y la ciudad de México (Rosa,

⁴⁶ La IGLTA es una de las asociaciones más importantes a nivel mundial dedicada a este segmento del turismo; es a través de las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) las cuales gestionan la afiliación al IGLTA y esto representa una prueba fehaciente de que la ciudad está interesada en el nicho de mercado del turismo LGBTTTI, es decir está interesada en ser una ciudad denominada "gay friendly". Así lo manifestó en entrevista Ron Kuijpers, representante en México de IGLTA. Entrevista personal realizada en Cancún Quintana Roo

⁴⁷ A *closet gay*, es una estructura social que obliga a callar a las personas su orientación sexual (Sedgwick, 1993)

⁴⁸ Retomamos a partir de este párrafo la nominación del turismo homosexual como turismo LGBTTTI, tal cual lo estamos considerando en esta investigación con la finalidad de incluir las diferentes identidades sexuales distintas a la heterosexual.

2012)). Las ciudades de México, Puerto Vallarta, Guadalajara, Monterrey, Tijuana, Acapulco y el Distrito Federal, son las ciudades que tienen una oferta turística diversificada para los viajeros LGBTTTI, como restaurantes, bares, tours operadoras y lugares de entretenimiento (López López & Van, 2010) y cada día, es mayor el número de empresas de diferentes ciudades que se registran al IGLTA tal son los casos de: Tulum, Isla Mujeres, Playa del Carmen, Mérida, Santa Rosa, Playa de Rosarito, Los Cabos (IGLTA, 2011) por lo que son consideradas para el turismo LGBTTTI como ciudades gay friendly.

En México estamos en un momento de transición sociocultural, en el que el turismo LGBTTTI se presenta como un área de oportunidad para pensar los temas de la diversidad sexual y para considerar en la posibilidad de hacer de este tipo de turismo. Las modificaciones al artículo primero de la Constitución Política Mexicana⁴⁹ permean, hasta cierto punto, al resto de las normatividades que rigen en el ámbito federal y en los estados y municipios. Esta modificación ha sido precursora, sin lugar a dudas, de una nueva visión para el reconocimiento de las diversas sexualidades e identidades de género.

En el marco de estos cambios constitucionales, en agosto del 2014 el máximo Tribunal (la Suprema Corte de Justicia) presentó un nuevo protocolo de actuación para jueces ante casos que involucren una orientación sexual o identidad de género diferenciada (Suprema Corte de Justicia de la Nación, 2014).

En junio del 2015 la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) emitió una tesis jurisprudencial que declara inconstitucionales los códigos civiles de aquellos estados donde el matrimonio es entendido como la unión entre hombre y mujer, pues tiene como finalidad la procreación. (Expansión en alianza con CNN, 2015). Con esta y otras resoluciones, la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) estableció que las parejas del mismo sexo o heterosexuales, conforman un modelo de familia reconocido por la Constitución y que por tanto tienen el derecho a la adopción, así como a compartir

⁴⁹ En el sexenio del C. Presidente de la República Vicente Fox Quezada, en el año 2001, que se reformó al artículo primero y se incluyó la prohibición de la “discriminación”. En el 2011 se sustituyó el término “individuo” por “persona” y el término “preferencias” por “preferencias sexuales”. (Cámara de Diputados de H Congreso de la Unión, 2013)

o encomendar la patria potestad, guardia y custodia de los hijos menores del otro conviviente (Aranda, 2015).

La Asamblea Legislativa del Distrito Federal aprobó una modificación al Código Civil del Distrito Federal gracias a la cual el reconocimiento de identidad de género deja de ser un proceso judicial para ser un trámite de orden administrativo (Federal, Asamblea Legislativa del Distrito, 2014).

Este marco jurídico que garantiza igualdad, inclusión y no discriminación, en la Ciudad de México, durante 2010, se legalizó la unión matrimonial entre personas del mismo género, así como el cambio de éste. Desde entonces, otras entidades han seguido la vanguardia, convirtiendo al país en un referente sobre políticas públicas para esta comunidad en América Latina.

Además, en las declaraciones del presidente de la república, Enrique Peña Nieto en mayo de 2016 expresó el deseo de convertir a México en un “actor global” en la lucha por los derechos del colectivo LGBT, señaló que México formará parte de un grupo de análisis sobre esta temática en las Organización de las Naciones Unidas (ONU).⁵⁰Lo anterior señala la postura del presidente ante esta temática y hacia dónde orientará sus políticas gubernamentales en torno a esta temática.

Los datos expuestos son las instantáneas de un segmento de mercado global; que hace evidente que los turistas LGBTTTTI están dentro de un segmento dinámico e influyente en el sector turismo; muestran cómo diversos países y regiones, aseguran una estrecha relación entre los organismos públicos y privados en la búsqueda incansable en la adaptación a una sociedad moderna, a fin de eliminar las barreras de discriminación y dar paso a una sociedad, con actitud de respeto y solidaria al visitante y al residente homosexual.

Para el caso de Sonora nos planteamos las siguientes preguntas:¿Qué sucede en el estado de Sonora, con respecto al turismo LGBTTTTI?; ¿Existe un discurso en donde se trate al turista LGBTTTTI, como un segmento identificado desde la mercadotecnia como suficientemente rentable y después como sujeto con derechos civiles?; ¿El prestador de servicios turísticos se ha adaptado a las realidades de la sociedad moderna y

⁵⁰ (Peña Nieto anuncia reforma que reconocerá matrimonio gay en todo el país, 2016) consultado de: <http://www.excelsior.com.mx/nacional/2016/05/17/1093190> el 30 de noviembre de 2016.

toma decisiones en búsqueda de igualdad de derechos para todos los usuarios de sus servicios?; ¿Cuáles son los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora para la atención a clientes disidentes de sexo y género?; ¿Esos significados de los prestadores de servicios del sector turismo del Estado de Sonora pasan por un “pensamiento heterosexual” de tal manera que regula las lógicas de atención históricamente formada desde un sistema sexo-género, obstaculizando la oferta de un servicio sin discriminación para la atención a clientes disidentes de sexo y género?; ¿Existen limitaciones de superestructura⁵¹ para la atención a clientes disidentes de sexo y género de tal manera que se obstaculice la oferta de un servicio sin discriminación para la atención a clientes LGBTTTI? ¿Existe cooperación entre los organismos públicos y privados en la generación de políticas públicas y productos turísticos atractivos para el turista disidente de sexo y género?

El turismo LGBTTTI es un fenómeno humano complejo que refiere una realidad social, económica, política y cultural; como tal debe ser abordado desde distintas ópticas incluida la de los estudios organizacionales, pero con una mirada más allá de concebir al turista homosexual como un segmento de mercado rentable, sino un fenómeno social que a su vez modifican esquemas sociales, creando significados que se definen a partir de procesos globales y al mismo tiempo se expresan en lo local.

En la literatura revisada, encontramos pocos estudios en el ámbito internacional que analicen la sexualidad en el campo del turismo y prácticamente son escasos los estudios en el contexto nacional; de algunas de las investigaciones que se han realizado, se destaca el atractivo potencial del mercado LGBTTTI dada su elevada propensión a viajar, su poder adquisitivo y sus necesidades y deseos diferenciados. Se señala, que a la fecha, la oferta existente para el mercado turístico LGBTTTI no llega a satisfacer la demanda y/o no cubre de forma adecuada las necesidades de este segmento de mercado. (Moner, Royo, & Ruiz, 2007). Antonio E. Zarur Osorio, explica los procesos que preceden y determinan el cambio y cómo se efectúa el tránsito de lo moralmente inaceptable lo económicamente útil (la emergencia de una nueva economía del poder, la resignificación de la homosexualidad y el surgimiento de un mercado expresamente gay

⁵¹ Superestructura: En donde se ubican instituciones del sector público y asociaciones de la iniciativa privada, colegio, leyes, reglamentos y normas, planes y programas de desarrollo. (Molina, 2012)

(Zarur, 2011). Sin embargo, en la literatura hasta el momento no se ha podido encontrar investigaciones que señalen los significados de sexualidad y género en la praxis del prestador de servicios turísticos en México, de tal manera que se puede considerar que básicamente se desconoce cuáles son los significados de sexualidad y género del prestador de servicios turísticos del estado de Sonora y cómo influyen en la atención al cliente disidente de sexo y género; Por lo anterior para tener punto de partida en la discusión de esta exploración, se consideraran evidencias de análisis que tratan los ejes fundamentales de esta investigación: la discriminación, la sexualidad y el turismo.

En primer lugar, analizamos de una serie de eventos suscitados en la historia de Sonora, los cuales ejemplifican como los grupos de poder y pensamientos hegemónicos que la sociedad estima como “normales” y/o aceptables han regulados los comportamientos sociales y han sido motivo de exclusión y discriminación al “otro” en función de discursos de poder y distinción social.

La interpretación de la experiencia temporal carecería de sentido e inclusive de poder de orientación a la sociedad actual, si no hay una conciencia de los hechos del pasado que han marcado el actuar del hoy. En la obra *Seis expulsiones y un adiós. Despojos y exclusiones en Sonora* (2007),⁵² coordinada por Aarón Grajeda Bustamante, presenta una serie de relatos breves que dan cuenta del maltrato y la quiebra de la dignidad humana a las minorías en el estado de Sonora. Señala que la cultura sonoreña ha mostrado eventos de rechazo a lo largo de la historia. Expone de una manera particular lo referente al estado de Sonora y su relación con los diferentes grupos minoritarios a lo largo de la historia documentada; usando como eje temático la negación del “otro” por el poder. En esta parte del estudio, los “otros” son los sujetos sociales proscritos en su momento por el estado político en Sonora tales como: jesuitas, españoles, filibusteros, yaquis, sacerdotes y chinos. Sujetos que por acciones deliberadas del estado y sus agencias, fueron materia de exclusión y escarmiento por considerarlos amenazantes a lo que los grupos de poder consideraban una sociedad ideal.⁵²

⁵² Para mayor información de estos sucesos históricos remitirse a la obra *Seis expulsiones y un adiós. Despojos y exclusiones en Sonora* (2007), coordinada por Aarón Grajeda Bustamante; a cual compila una serie de ensayos que usando el eje temático de la negación del “otro” por el poder, estudia las modalidades en que el estado, a nombre de un nuevo orden, pudo convertirse en perseguidor, instrumento de agresión y violencia, señalando casos como el de los jesuitas, españoles, filibusteros, sacerdotes y chinos.

La intención de señalar estos antecedentes es asentar el maltrato y el abatimiento a la dignidad humana en las formas estatales de operación, aunque también se muestran las resistencias de las actitudes del trato con el “otro”, de las experiencias de comprensión y de construcción de la identidad local del “yo”; condicionadas a la comprensión de los demás como seres distintos, como seres humanos a los que no se les permite el derecho de pertenecer a una sociedad.

Y, ¿Qué pasa con las comunidades sociales que expresan y disfrutan su sexualidad en formas distintas a la heterosexual?, Son seres humanos que viven a la sombra de una sociedad que señala que la heterosexualidad es la única forma verdadera y admitida de expresión sexual. Aún existe división entre “nosotros” y ellos” y se manifiesta en todos los actos de discriminación y homofobia que se siguen presenciando en el día a día con las personas disidentes de sexo y género por un asunto sociocultural, de concepciones heredadas. Estas ideas organizan el poder alrededor del cuerpo, la sexualidad y el género, a través de estructuras legales que favorecen cierto tipo de familias, cierto tipo de relaciones sexuales y afectivas.

En segundo lugar, podemos encontrar en la temática de sexualidad, un aporte significativo para esta investigación, la obra de Guillermo Núñez Noriega, *Sexo entre Varones Poder y Resistencia en el Campo Sexual* (1999); la cual se basa en el trabajo etnográfico realizado en Hermosillo Sonora, en donde significa los proyectos de la modernidad y posmodernidad que terminan construyendo identidades del *otro* sobre la cultura sexual, las prácticas homoeróticas y las relaciones de poder y resistencia que se tejen alrededor de la sexualidad; de igual forma, reconoce al conjunto de prácticas culturales elaboradas por individuos que participan en contactos eróticos con varones y se considera su importancia como elementos de resistencia en el medio cultural adverso. Se reconoce también, la manera de representar la existencia sexual en las posiciones privilegiadas por los discursos hegemónicos heteronormales y las formas de vivir la sexualidad de los grupos disidentes de sexo y género. Sin embargo, es importante mencionar que dicha investigación, es un retrato del momento en que se realizó, en el periodo comprendido entre 1988 a 1993 y desde entonces no se han hecho estudios al respecto.

Es un hecho que se han logrado cambios de repercusión social y política en el campo sexual y de sus representaciones hegemónicas, existe una transformación que denota el debilitamiento de las posiciones ortodoxas del campo sexual hegemónico que representa la heterosexualidad y el androcentrismo, existe una creciente legitimación de la diversidad sexual y una deslegitimación de la homofobia, hechos que sugieren un cambio en la relación de las fuerzas del campo sexual dominante; no obstante, esos cambios sociales no han sido lo suficientemente relevantes para eliminar las representaciones homofóbicas hacia las disidencias sexo genéricas, Existen posiciones conservadoras en donde las representaciones dominantes como la iglesia católica, la derecha gubernamental y el conservadurismo social, mantienen una disputa a nivel de representación de la sexualidad. Núñez Noriega, aporta a la ciencia las evidencias de esas transformaciones en *Sexo entre Varones Poder y Resistencia en el Campo Sexual* (2015) y en *Hombres Sonorenses. Un estudio de género de tres generaciones* (Núñez, 2013).

Del lado de la investigación es importante que conozcamos cuáles son las concepciones de sexualidad y género de las y los prestadores de servicios turísticos, así como sus prácticas de atención a clientes LGBTTTI, y las experiencias mismas de los clientes, a fin de ofrecer intervenciones a este sector, como la formación adecuada de recursos humanos o el establecimiento de protocolos para la atención con inclusión, respeto y no discriminación.

3.1.2. Justificación e Importancia

El turismo se ha convertido en una de las industrias más competitivas del mundo, casi ningún otro sector económico ilustra tan claramente el alcance mundial de las empresas trasnacionales como el turismo. Ante esta situación, los centros de investigación de las instituciones educativas de nivel superior tenemos el compromiso del que hacer respecto a la investigación turística.

En los años 80's surgen en México estudios del turismo, coincidiendo con la consolidación de la actividad turística, considerada en ese momento, como un fenómeno de masas. Las investigaciones fueron en su mayoría de metodologías cualitativas y

cuyas temáticas estuvieron y han estado orientadas a cuestiones operativas estudios de mercado para campañas promocionales, programas de inversión, capacitación, compendios estadísticos, generación de parámetros de medición y eventualmente, hacia planes de desarrollo (Castillo & Lozano, 2006).

Al turismo se le considera también como un proceso de economía política y al mismo tiempo como una industria productora de espacios, significados y experiencias que repercute en una reorganización socio espacial y una transformación cultural. Por tanto el estudio del turismo, es un tema de interés con aportes significativos para el análisis de aspectos centrales del mundo contemporáneo, relacionados con la movilidad y el viaje, la producción y el consumo, el cambio social, la formación de identidades, ente muchos otros.

México presenta avances políticos, sociales y culturales en materia de garantías y derechos de la comunidad LGBTTTTI. Una diversidad de logros socioculturales y políticos ha permitido la llegada y el establecimiento de este tipo de turismo. No obstante, estos avances aún en ciernes, presentan retos sociales y jurídicos en los tres niveles (federal, estatal y municipal), así como diferencias regionales que hacen de esta modalidad de turismo una modalidad de enclave de la que muchas regiones y comunidades aún no se benefician. Al mismo tiempo, existe un movimiento social que lucha por avances en el campo de la igualdad de género, la no discriminación y el combate a la homofobia y la misoginia. Estamos en un momento de transición sociocultural en el que el turismo LGBTTTTI se presenta como un área de oportunidad para pensar los temas de la diversidad sexual y de género en la agenda misma del desarrollo y para pensar con claridad en la posibilidad de hacer de este tipo de turismo (Núñez, 2015) no sólo una palanca económica, sino una oportunidad para avanzar hacia una sociedad plenamente inclusiva.

Aún con los avances políticos, sociales y culturales, que presenta México en materia de garantías y derechos de la comunidad LGBTTTTI, la sociedad es testigo de crímenes homofóbicos y transfóbicos y otras formas cotidianas de discriminación. Tenemos frente a nosotros un escenario paradójico. Hay rupturas importantes y al mismo tiempo, prevalece la violencia y la discriminación hacia las personas de la comunidad LGBTTTTI, como lo revela los resultados sobre Diversidad Sexual de la

encuesta Nacional sobre Discriminación en México, Enadis 2010 (CONAPRED, 2013) y las declaraciones de Javier Blanco ⁵³ directivo de la Organización Mundial de Turismo “[...] Sin embargo, no olvidemos que muchas más personas LGBT en todo el mundo siguen siendo víctimas de la represión y la homofobia.” (World Tourism Organization, 2012)

La homofobia, la represión, la opresión y discriminación que sufren las personas de la comunidad LGTBTTI son expresiones que no deberían de experimentar. La naturalización social que tenemos de la heterosexualidad como única forma de expresión de amor, deseo y erotismo provoca pesadumbre que como sociedad no debemos permitir.

Si queremos evolucionar a la par de la sociedad en que vivimos, es importante reconocer que estamos parte de ese proceso de transición democrática evolutivo; una sociedad que no está dispuesta a caminar a la par de la humanidad, está destinada al fracaso. El reconocer los derechos sociales y humanos de la disidencia sexo genérica, es más que un asunto de generar riqueza, es una obligación cívica en la búsqueda de soluciones ante sufrimientos innecesario.

Los resultados de este estudio permitirían:

- a. Precisar las competencias necesarias de los empresarios del sector turismo para la atención y servicio al turismo disidente en sexo y género.
- b. Desarrollar protocolos estandarizados para la atención y servicio cubriendo las expectativas de un turismo disidente sexo-genérica; además de diseñar estrategias administrativas adecuadas para su práctica, los cuales darán oportunidad en colocar al estado de Sonora como un estado abierto a los nuevos circuitos de la dinámica del turismo.
- c. Sentar las bases para diseñar políticas públicas que permitan un crecimiento óptimo a la industria del turismo, así como el diseño de leyes que favorezcan al individuo en el reconocimiento de un ente social digno sin importar su diversidad sexual y cultural.

⁵³ Javier Blanco es miembro de la Organización Mundial del Turismo, y director del reporte global del turismo LGBT volumen 3 que emitió dicha organización

d. Considerar al turismo como un fenómeno estrechamente vinculado a un proceso de Desarrollo Regional y dar paso a una interrelación social de respeto, apertura y solidaridad a la diversidad sexual, lo que repercutirá en la disminución de la exclusión social histórica sufrida por hombres y mujeres en relación a su identidad sexual y de género, así como su orientación sexual, ya que sin este respeto y apertura es una quimera lograr el desarrollo de una región.

3.1.3. Hipótesis de Investigación

El estudio se desarrollará desde una perspectiva socio-antropológica, lo que permitirá tener una visión completa de los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora; por lo que intentará sustentar la hipótesis de Investigación:

Los significados sobre sexualidad y género de los prestadores de servicios del sector turismo del estado de Sonora, reproducen los discursos hegemónicos del campo sexual, esto es la heteronormatividad, de tal manera que regula las lógicas de atención al cliente obstaculizando la oferta de un servicio sin discriminación para la atención a clientes disidentes de sexo y género

3.1.4. Objetivos

Objetivo general:

Analizar la influencia que tiene el discurso hegemónico del campo sexual, en los significados sobre sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora, en la atención al cliente disidente del sistema sexo - género.

Objetivos Específicos:

1. Analizar los significados sobre sexualidad y el género y los disidentes del sistema sexo-género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora.

Metodológicamente este objetivo se aborda mediante las entrevistas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora y el diario de campo

2. Distinguir experiencias concretas de clientes disidentes del sistema sexo - género, al utilizar servicios turísticos del estado de Sonora.

Metodológicamente este objetivo se aborda mediante las entrevistas realizadas a clientes LGBTTTI que utilizan los servicios turísticos del estado de Sonora, y el diario de campo

3. Analizar los elementos del discurso hegemónico del campo sexual que puede influenciar en los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos en el estado de Sonora.

Metodológicamente este objetivo se aborda con el cruce de información combinación de las entrevistas realizadas a los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora a clientes LGBTTTI que utilizan los servicios turísticos del estado de Sonora, y el diario de campo.

4. Identificar las concepciones de sexualidad y género en las políticas públicas que rigen la práctica del turismo en Sonora

Metodológicamente se analiza de manera específica algunos documentos jurídicos y de política pública de México, para evidenciar la necesidad de que incorporen una concepción más amplia de la diversidad sexual y de género que favorezca este tipo de turismo.

3.1.5. Preguntas de Investigación

Las preguntas de investigación que acompañarán el presente estudio son:

¿Cuáles son los significados sobre la sexualidad y el género y la disidencia sexo-genérica de los prestadores de servicios turísticos, así como la manera en que organizan sus lógicas de atención al cliente para éste tipo de turistas?

¿Cuál es la influencia que tiene el discurso hegemónico del campo sexual (heteronormatividad) en los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos y como condicionan la atención ofrecida al turista disidente de sexo y género?

De acuerdo a las preguntas de investigación y a los objetivos planteados, el estudio la investigación se estructuró en tres fases principales. La primera fase fue la recopilación de datos en donde se usó también métodos etnográficos a través de entrevistas semiestructuradas. La segunda fase se redujo a un análisis de documentos públicos que orientan el diseño de políticas públicas que rige la actividad turística. La tercera fase se realizó el análisis e interpretación de las entrevistas.

3.2. Descripción de la Metodología de la Investigación

La investigación cualitativa es un método válido para explicar una realidad social que no puede ser explicada a partir de los parámetros de las ciencias naturales y/o exactas; señala que el conocimiento es resultado de la interacción entre el individuo y su entorno, por lo que su principal finalidad estriba en llegar a representar e interpretar la cultura tal y como es vista por los participantes de la misma.

Este apartado se hace referencia al enfoque cualitativo, el cual orientó el proceso de investigación, entre otras consideraciones metodológicas. Este enfoque fue pertinente al tema de estudio, pues se buscó develar los significados de sexualidad y género respecto a un grupo de prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora. La metodología cualitativa, se caracteriza por estudiar de forma intensiva y densa, las visiones de la realidad de los participantes. Tiene como objetivo principal la descripción de las cualidades de un fenómeno.

Los investigadores que se apoyan en este tipo de investigación hacen registros narrativos de los fenómenos que son estudiados mediante técnicas como la observación participante, grupo de discusión o grupo focal, historia de vida, análisis de discursos, investigación de acción participativa y la etnografía a fin de lograr ver los acontecimientos, acciones, normas, etc. desde la perspectiva de la gente que está siendo estudiada, es decir, “ver a través de los ojos de la gente que uno está estudiando o lo que es lo mismo desde una perspectiva *Emic* .⁵⁴

Maxwell, citado por Irene Vasilachis de Gialdino (Vasilachis, 2006) entiende que dentro de los rasgos más característicos de la investigación cualitativa se encuentran: el interés por el significado y la interpretación, el énfasis sobre la importancia del contexto y los procesos, y la estrategia inductiva y hermenéutica. Así mismo, para Maxwell la investigación cualitativa puede ser empleada para cinco finalidades distintas: 1) Comprender los significados que los actores dan a sus acciones, vidas y experiencias, así como a los sucesos y situaciones en los que participan; 2) comprender un contexto particular en lo que los participantes actúan y la influencia que este contexto ejerce sobre sus acciones; 3) identificar fenómenos e influencias no previstos y generar nuevas

⁵⁴ Perspectiva *Emic*. Punto de vista nativo se presenta dentro de la perspectiva del actor (Aguirre, 1997)

teorías fundamentadas en ellos: 4) comprender los procesos por los cuales los sucesos y acciones tienen lugar; 5) desarrollar explicaciones causales válidas analizando cómo determinados sucesos influyen sobre otros, comprendiendo los procesos causales de forma local, contextual, situada (Vasilachis, 2006).

Por el tipo de relación que se está realizando basado en investigación cualitativa, es probable que adopte un carácter descriptivo-interpretativo, descriptivo porque nos interesa conocer las concepciones, valores y actitudes de los prestadores de servicios turísticos hacia la sexualidad y el género y la disidencia sexo-genérica; hermenéutico porque se habrá de interpretar influencia que tiene el discurso hegemónico del campo sexual, entendido como esto la heteronormatividad, en las lógicas de atención al cliente.

Trabajar con la investigación cualitativa es necesario recurrir a algún método, y debido al carácter descriptivo-interpretativo de nuestro trabajo se usó el método etnográfico. En este tipo de metodología lo importante no radica en el hecho de observar, sino en entender los significados de las acciones vistas en el contexto en el que se desarrollaron. Una *etnografía* representa una interpretación cultural de los datos, es una descripción interpretativa o son reconstrucciones de los significados simbólicos de los participantes y de los patrones de la interacción social.

3.2.1. La Etnografía

La etnografía es el estudio descriptivo de la cultura de una comunidad o de algo de sus aspectos fundamentales, bajo la perspectiva de comprensión global de la misma. (Aguirre, 1997)

Se interesa por lo que la gente hace, cómo se comporta, cómo interactúa. Se propone descubrir sus creencias, valores, perspectivas, motivaciones y el modo en que todo eso se desarrolla o cambia con el tiempo de una situación a otra, todo desde el interior de un grupo y dentro de las perspectivas de los miembros del mismo; lo que cuenta al final son sus significados e interpretaciones.

3.2.2. Tipo de Estudio

Estudio diagnóstico de metodología cualitativa realizado entre enero a septiembre del 2014. Los datos fueron recolectados mediante la técnica de entrevista a profundidad. Los registros se mantienen tal como se dieron en las entrevistas grabadas los mismos que se transcribieron, para luego codificarlos y finalmente hacer el análisis correspondiente.

Con este estudio cualitativo, se pretende interpretar la subjetividad y conocer los significados de sexualidad y género desde la perspectiva de los actores, en este caso de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora, a través del lenguaje, que representa la subjetividad y el mundo de los significados y símbolos (Amezcuca; Gálvez, 2002).

3.2.3. Campo de Acción

En esta parte de la metodología de la investigación se precisa que los destinos turísticos que se utilizaron en esta investigación fueron Hermosillo, por ser la capital del Estado; San Carlos, municipio de Guaymas y Puerto Peñasco, por ser destinos turísticos de Sol y Playa los cuales según (Marín, 2012) es la modalidad de turismo de mayor aceptación por la comunidad LGBTTTI; Álamos, por ser el primer pueblo mágico del estado y proporcionar actividad turística cultural muy atractiva para el residente y el visitante.

Además en su conjunto son municipios del Estado de Sonora que presentan una importante derrama económica por actividad turística y con mayor equipamiento turístico.

Figura 5. Georreferenciación de los municipios en los que se realizaron las entrevistas.



Fuente: Elaboración propia

En la siguiente tabla muestra los principales indicadores que evidencian la afluencia turística, nacional y extranjera, a la derrama económica por concepto de turismo en Puerto Peñasco, San Carlos, municipio de Guaymas y Hermosillo. De manera relevante se puede observar también el número de cuartos para hospedaje, restaurantes bares y discotecas. La información fue proporcionada por M.C. Patricia L. Salido⁵⁵

Tabla 4. Indicadores turísticos de los municipios, campo de acción de la investigación.

INDICADORES	ÁLAMOS	PUERTO PEÑASCO	GUAYMAS-SAN CARLOS	HERMOSILLO
Habitantes	25,848	57,342	149,299	784,342
Afluencia Total (nacional y extranjero)	87,917	1,859,392	1,248,962	1,866,612
Derrama (millones de pesos.)	255.21	6,615.48	3,529.72	5,045.40
Establecimientos de Hospedaje	30	53	29	63
Cuartos Hoteleros	283	2,013	1,599	3,973
Cuartos de Condominios en renta		1,853		
Trailer park	4	10	5	10
Espacios	161	1,602	415	472
Agencias de viaje		2	4	40
Arrendadoras*		6	3	20
Marina			2	
Escala náutica		13		
Campo de golf		4	1	1
Restaurantes**	27	86	75	200
Bares y discotecas	7	23	21	37

Fuente: Elaboración propia de datos fueron proporcionados por M.C. Patricia L. Salido Araiza, Investigadora del Centro de Investigación en Alimentos A.C. (CIAD A.C.) la cual una de sus líneas de investigación es Turismo y Desarrollo Económico

Tabla 5. Total de prestadores de servicios turísticos por municipio del campo de acción de la

INDICADORES	ÁLAMOS	PUERTO PEÑASCO	GUAYMAS-SAN CARLOS	HERMOSILLO
Hoteles	30	53	29	63
Restaurantes	27	86	75	200
Discotecas y bares	7	23	21	37

Fuente: Elaboración propia de datos fueron proporcionados por M.C. Patricia L. Salido Araiza, Investigadora del Centro de Investigación en Alimentos A.C. (CIAD A.C.) la cual una de sus líneas de investigación es Turismo y Desarrollo Económico

⁵⁵ Los datos fueron proporcionados por M.C. Patricia L. Salido Araiza, Investigadora del Centro de Investigación en Alimentos A.C. (CIAD A.C.) la cual una de sus líneas de investigación es Turismo y Desarrollo Económico

* Incluye establecimientos de renta automóviles, motos acuáticas y cuatrimotos.

** Categoría Turística.

Comisión de Fomento al Turismo.

3.2.4. Procedimiento

3.2.4.1. De la convocatoria. Para realizar la convocatoria se realizaron visitas a las zonas en donde se ubican los prestadores de servicios. En cada una de las localidades se acudió primeramente con informantes claves con los que se habían gestionado entrevistas previas a la visita del lugar. Una vez que se conversó y explicó la importancia de sus aportes a la investigación, se les solicitó su participación para proseguir la investigación y utilizar el método de muestreo de bola de nieve (o muestreo por referidos).

3.2.4.2. De los ambientes. Los ambientes utilizados para realizar las entrevistas fueron diversos, la mayoría se centraron en los lugares de trabajo de los participantes, acomodándonos en distintas locaciones para desarrollar las entrevistas, teniendo en cuenta que esos ambientes deberían ofrecer un espacio de confort y privacidad para hablar del tema.

3.2.4.3. Unidad de análisis. La unidad de análisis para el investigador es cualquier grupo humano que constituya una entidad cuyas relaciones estén reguladas por la costumbre o por ciertos derechos y obligaciones recíprocos. De tal manera que en la sociedad moderna, la etnografía empieza a ser predominantemente urbana y una familia, una institución educativa, una fábrica, una empresa, un hospital, una cárcel, un sindicato, un club social y hasta un aula de clase, son unidades sociales que pueden ser estudiadas etnográficamente (Aguirre, 1997)

En este sentido, tomamos como unidad de análisis a los prestadores de servicios del sector turismo del estado de Sonora. Las relaciones entre éstos y los turistas están reguladas por la costumbre o por ciertos derechos y obligaciones recíprocas e interactúan, negocian significados y comparten prácticas.

De igual forma, tomamos como unidad de análisis a clientes LGBTTTI, residentes o visitantes de las localidades en donde se desarrollaron las entrevistas. Con la

finalidad de distinguir experiencias concretas de clientes disidentes del sistema sexo-género, al utilizar servicios turísticos del estado de Sonora.

El número de entrevistas de prestadores de servicios turísticos se distribuyó de la siguiente forma:

Tabla 6. Unidad de análisis. Muestra de prestadores de servicios turísticos por municipio.

INDICADORES	ÁLAMOS	PUERTO PEÑASCO	GUAYMAS-SAN CARLOS	HERMOSILLO
Hoteles	2	3	2	4
Restaurantes	3	5	1	1
Discotecas y bares		3	1	1

Fuente: Elaboración propia.

Los datos generales de prestadores de servicios turísticos, informantes claves y servidores públicos, se ordenen de la siguiente manera:

Tabla 7. Unidad de análisis por municipios. Datos generales de los prestadores de servicio turísticos e informantes clave

Puesto	Seudónimo	Edad	Nivel Educativo	Estado Civil	Hotel	Bar	Restaurante	Informante Clave	Servidor Público
Guía de turistas	Rafael	70	x	soltero				1	
Chofer de trolebús		45	x	x					1
Informante clave	Rosalba								1
Propietario	Roberto	36	Licenciatura	Soltero			1		
Propietario	Heriberto	44	preparatoria	casado			1		
Propietaria	Betty	52	auxiliar contable	casada			1		
Propietario	Jazmín	50	universidad	casada	1				
Propietario	Marla	29	Licenciatura	Casada	1				
Entrevistas Álamos					2		3	2	
Mesera/propietaria	Evelyn	18	Licenciatura	Soltera			1		
Mesera/propietaria	Beatriz	46	Preparatoria	Casada			1		
Recepcionista/multilabores	Luis	26	Preparatoria	Casado	1				
Propietaria/servidora Pública	Claudia	45	Escuela técnica USA	Soltera	1	1			1
Propietario	Guillermo			Soltero			1		
Propietario	Francisco	34	Licenciatura	Casado		1			
Mesero	Miguel	33	Primaria	Casado	1				
Propietario	Pedro	42	Licenciatura	Soltero	1	1			
Recepcionista	Rosario	27	Licenciatura	Casada	1				
Entrevistas Puerto Peñasco					5	3	3		
Membresías	Javier	37	Licenciatura	Divorciado	1				

Contador	Juan	50	Licenciatura		1				
Gerente de Operaciones de alimentos y bebidas	Arturo	29	Licenciatura	Divorciado		1	1		
Entrevistas Guaymas/San Carlos					3	1			
Gerente	Oscar	43	Preparatoria	Casado		1			
Recepcionista	Wendy	25	Licenciatura	soltera	1				
Recepcionista	Leyla	25	Licenciatura	Soltera	1				
Gerente de Recepción	Maria Luisa	31	Maestría	Soltera	1				
Ama de llaves	Cecilia	42	Secundaria	Casada	1				
Mesero	Paco	37	Secundaria	Soltera			1		
Entrevistas Hermosillo					4	1	1		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8. Datos generales de clientes LGBTTTI, residentes o visitantes, de las localidades en donde se desarrollaron las entrevistas.

Técnica	Nombre	Género	Nivel Educativo /profesión/oficio	Estado Civil
Entrevista Profundidad	a Paul	Gay	Fotógrafo	Sin Pareja
Entrevista Profundidad	a Víctor	Transgénero	Estilista	Sin Pareja
TOTAL DE ENTREVISTAS DE ÁLAMOS				
Entrevista Informal	Eduardo	Gay	Maestría	Pareja
Entrevista Profundidad	a Guillermo	Gay		Soltero
Entrevista Profundidad	a Jessy	Lesbiana Masculina		Soltera
Entrevista Profundidad	a Antonio	Gay		Soltero
Entrevista Profundidad	a Francisca	Transgénero		Unión Libre
TOTAL DE ENTREVISTAS DE PUERTO PEÑASCO				
Entrevista Profundidad	a Alex	Gay	Licenciatura	Unión Libre
Entrevista Profundidad	a Rubén	Gay	Licenciatura	Unión Libre
TOTAL DE ENTREVISTAS DE SAN CARLOS				
Entrevista Informal	Victoria	Transexual	Licenciatura	Pareja
Entrevista Profundidad	a Nat	Lesbiana Masculina.	Preparatoria	Casada Mismo Sexo
Entrevista Profundidad	a María	Lesbiana Masculina	Licenciatura	Sin Pareja
Entrevista Profundidad	a Manolo	Gay	Maestría	Sin Pareja
Entrevista Profundidad	a Candy	Transgénero		Pareja
TOTAL DE ENTREVISTAS DE HERMOSILLO				

Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.4. De los instrumentos

Guía de Entrevista en Profundidad

Para efectos de nuestro trabajo, además de rescatar información a través de diversas fuentes de investigación bibliográfica y de archivo, desarrollamos la técnica de entrevista semiestructurada. Ibáñez e Iñiguez citados por Castillo y Lozano definen: La entrevista semiestructurada es el mejor recurso en la situación en la que no se conseguirá más de una oportunidad de entrevistar a alguien, se basa en el uso de una guía de entrevista. Esta es una lista escrita de preguntas y temas que deben ser cubiertos en un orden particular. (Castillo & Lozano, 2006)

Esta técnica funciona muy bien en los proyectos donde se está tratando con gerentes, burócratas y miembros de la élite de la comunidad (Bernard, 1994). Para recolectar los datos que los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora aportaron al estudio se elaboró una guía de 83 preguntas abiertas que exploraban las siguientes áreas: Datos sociodemográficos (edad, estado civil, nivel educativo), los significados de sexualidad y género, para ello se diseñaron pregunta que buscaban definir las concepciones, las percepciones, los valores y las actitudes hacia la sexualidad y el género (Ver anexo 1). En esta misma lógica se desarrolló otra categoría que buscaba responder los conocimientos que el prestador de servicios tenía de la modalidad del turismo LGBTTTI y por último se hace una exploración del conocimiento que tienen sobre las garantías y derechos humanos las personas disidentes del sistema sexo y género(Ver anexo 2).

Las preguntas guías de la entrevista semi estructurada fueron ordenadas teniendo en cuenta que las preguntas iniciales fueran las más fáciles de responder, para facilitar la generación de confianza entre el entrevistador y el entrevistado, ubicándose las preguntas de mayor importancia para el estudio (significados de sexualidad y género) a la mitad de la guía teniendo en cuenta que normalmente en ese punto de la entrevista donde el intercambio de información se da con mayor fluidez y profundidad debido a que el entrevistador y el entrevistado han logrado un clima de confianza. Ubicándose al final de la guía las preguntas sobre el conocimiento que tienen los prestadores de servicios hacia la modalidad del turismo LGBTTTI, las cuales, a pesar de ser de

importancia para el estudio no tienen un control emocional o demandan esfuerzo en su resolución por parte del entrevistado.

El tiempo promedio de cada las entrevistas fue de 45 min.

De la grabación del audio

Antes de iniciar las entrevistas se mencionó a los informantes que la participación era voluntaria, anónima y confidencial, además de que no era una evaluación, sino una “charla” libre y fluida. Se les comentó a los participantes que si estaban de acuerdo la conversación sería grabada con fines metodológicos. Una vez aprobada nuestra solicitud, las entrevistas fueron grabadas en una grabadora de voz portátil, aunque las grabadoras, por simple presencia, pueden modificar lo que el entrevistado dice, la mayoría de los participantes no mostraron incomodidad o rechazo por la grabación de la entrevista. Una vez concluidas las entrevistas, han sido transcritas, analizadas e interpretadas.

3.2.4.5. Procesamiento y análisis de los datos cualitativos. La información recabada ha sido sometida a un análisis centrado en el estudio de significados producidos en contextos propios de un grupo de prestadores de servicios del sector turismo, cuando las narrativas de los entrevistados alcanzaron su punto de saturación y con ello sus posibilidades significativas; se procedió a interpretar teórica y sociológicamente la información.

La recopilación de la información se logró a través de tres etapas:

- 1.- Recopilación de información: se logró a través de las entrevistas profundidades y de las charlas con los informantes claves.
- 2.- Procesamiento de la información: Se llevó a cabo un “vaciado” de la información en una base de datos de Excel, lo cual nos permitió realizar el análisis de la información obtenida.
- 3.- Sistematización de la información: Análisis de los resultados obtenidos del procesamiento de la información.

Mediante la categorización de la transcripción de las entrevistas, se procedió a un análisis de tipo interpretativo sobre los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora y cuál es el impacto en la atención del cliente LGBTTTI.

Para el análisis de la información obtenida se diseñaron las siguientes categorías:

Tabla 9. Categorías de análisis utilizadas para la descripción e interpretación de datos

CATEGORÍA 1	Identificación de clientes en general y el segmento LGBTTTI
CATEGORÍA 2	Concepciones de sexualidad y género
CATEGORÍA 3	Prácticas de los prestadores de servicios y las lógicas de atención hacia el turista disidente del sistema sexo y género
CATEGORÍA 4	Conocimientos generales de la modalidad de turismo LGBTTTI

Fuente: Elaboración propia.

3.2.4.6. Dificultades del Estudio. Como profesional que proviene de un campo disciplinar no cercano a las discusiones teóricas de las ciencias sociales fue uno de los principales desafíos que tuve que sortear para realizar esta investigación.

Creo que esta parte ha sido la más difícil, este reto profesional ha hecho replantearme como sujeto en un sentido totalizador. Me llevó a diversificar la gama de conocimientos profesionales y utilizar ese conocimiento a fin de entender los procesos estructurantes y re estructurantes de las instituciones y agentes sociales.

El haber cursado durante mi formación profesional la licenciatura en relaciones comerciales y la maestría en administración con especialidad en ingeniería industrial ambas áreas de las ciencias económico – administrativo colocaba en gran desventaja mi área de conocimiento en las ciencias sociales para el desarrollo de la investigación.

La nula experiencia en el área de las ciencias sociales ponía límite a mi conocimiento, por lo tanto la única opción fue replantear mis estructuras, mis esquemas y adentrarme a un mundo desconocido, al mundo de los significados, de la interpretación, de la cultura, de las relaciones de sociales, de las estructuras sociales, de la teoría clásica, la contemporánea; la comprensión de la teoría clásica ha sido base para poder entender la teoría contemporánea y entender como el discurso nos sujeta a normas sociales, sintiendo un panóptico que nos vigila y censura y como el estado se apodera de nuestros cuerpos para que la sexualidad no sea algo que nos pertenezca como seres humanos, sino que sea un instrumento que el estado controla a través del bio-poder.

Al inicio de esta investigación me encontraba en gran desventaja a nivel de conocimiento, recuerdo -no sé si me de orgullo o vergüenza- como antes no sabía distinguir entre sexo y género y pensaba que hablar de sexualidad era hablar del erotismo humano y que además en mis concepciones solo existían el hombre y la mujer, obviamente con sus roles de género socialmente admitidos y al margen de ello sabía que

existían otras realidades, pero no eran parte de mi vida, de mis pensamientos, mucho menos de mis conocimientos.

No puedo desaprovechar este punto, de las dificultades que se presentaron en el estudio, para señalar también que aparte de las ciencias sociales, el área del turismo era un término si no meramente desconocido si poco estudiado, mi mayor conocimiento sobre el tema era de que promovía el desarrollo regional -que no sabía cómo, pero lo promovía- y que era importante para el estado.

Sin lugar a dudas, adentrarme al análisis de áreas de estudio desconocidas al inicio de esta investigación me llevo a plantear la revisión de categorías, concepciones y valores que había construido en esas áreas, así como reconocer mis debilidades. Hoy en día, el rediseñar y reconstruir nuevos escenarios cognitivos que contemplan y se ajusten a los cambios vertiginosos que ocurren en la sociedad, me ha permitido impulsar la visibilidad y el respeto a la diversidad de paradigmas sexuales.

CAPÍTULO IV - DESARROLLO DE LA INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

4.1. Presentación de los Prestadores de Servicios Turísticos del Estado de Sonora

Al inicio de esta investigación, el camino era incierto y oscuro, mis miedos y confusiones agrandaban la dificultad de este nuevo proyecto. Lo único que tenía muy elevado era el entusiasmo, mismo que motivó a afianzar en mi mente el compromiso para realizar esta investigación, teniendo como finalidad que los resultados permitieran sustentar las bases en el diseño de políticas públicas que provoquen un crecimiento óptimo en la industria del turismo en la región, considerándolo como un fenómeno estrechamente vinculado al desarrollo regional; así como sustentar el diseño de leyes que favorezcan al individuo en el reconocimiento y dignidad humana sin importar su diversidad sexual y cultural, fomentando así una interrelación social de respeto, apertura y solidaridad.

Poco a poco en el tránsito por el andamiaje académico construido con certeza por mi director de tesis se fue aclarando, su experiencia y dirección fueron la base en todo este proceso de investigación.

La investigación la iniciamos en la comunidad de Álamos, bastaron unos minutos para sentirme emocionada y sorprendida con lo ese lugar me ofrecía. Álamos, uno de nuestros pueblos mágicos, tiene atractivos de gran interés por la historia que embarga cada una de sus calles y su arquitectura colonial transporta de época a quien la observa. Llegué con todo el ímpetu e intención de hacer un buen trabajo, pero también de vivir una nueva experiencia; hasta ese momento: el primer trabajo de campo fuera de mi localidad de origen. Estacioné mi automóvil a un lado de la alameda, en la acera

del Café Neto; por el otro lado de la calle, en la parte superior de una puerta de acceso, vi un letrero que me pareció espectacular: “Secretaría de Turismo del Estado de Sonora”, ¡Genial! justo lo que necesitaba para empezar el trabajo. Cabe mencionar que a esta localidad llegué sin contacto previo, solo tenía la sugerencia de mi director de tesis, que buscara a “La Rirri” cuando él me dijo esto pensé: “espero que Álamos sea un pueblo donde todos se conocen ya que preguntar por la “Rirri” sin nombre ni apellido, mmm, misión extraña pero en fin, a llenar expectativa”.

Antes de encaminar mis pasos hacia la Secretaría de Turismo (Sectur) e iniciar con el trabajo de investigación que me había llevado hasta ahí, decidí pasear por la parte central del pueblo (la iglesia, la alameda, los portales), creo que lo hice con el fin de aminorar el estrés que tenía ante lo desconocido. Recuperada mi tranquilidad me dirigí a la Sectur para buscar a la persona indicada que me ayudaría a “abrir puertas” con los prestadores de servicios. Antes de entrar a la Sectur me encontré con Rafael, él es guía de turistas de Álamos y me ofreció un recorrido turístico por el pueblo por una módica cantidad, el cual acepté gustosa, así fue como Rafael se convirtió en mi primer entrevistado.

RAFAEL. Un hombre de mediana estatura aproximadamente 1.60m., complexión robusta y pelo entrecano; estado civil soltero, su edad aproximada es de 70 años, su nivel de estudios lo desconozco, no le pregunté, pero sí sé que en su oficio de guía de turistas tiene “toda una vida”, me dijo que desde que tiene uso de razón se dedica al servicio del turismo.

El recorrido nos llevó aproximadamente dos horas, fue muy interesante visitar los puntos turísticos de la localidad, pero sobre todo tuve la oportunidad de conocer los significados de sexualidad y género que el cómo prestador de servicios tiene y cómo impactan en la atención del turismo LGBT.

La charla que mantuvimos fue muy interesante, un señor que mantuvo su discurso hegemónico de la sexualidad regido por la heteronormatividad y sustentado ampliamente con un discurso religioso basado en la doctrina judeo-cristiana. Una vez terminada la entrevista le pregunté si él sabía quién es “Rirri”, y cuál fue mi sorpresa, “Rirri” es la delegada de turismo de Sonora en Álamos. ¡Todo se acomoda de una manera espectacular!

ROSALBA. La segunda entrevista la realicé en las instalaciones de la Delegación de Turismo en Sonora, conversé con Rosalba, Rafael nos presentó. Le hablé sobre quién era y cuál era mi objetivo al visitar Álamos. Amablemente empezó a orientarme y a dirigirme con varios prestadores de servicios turísticos de la localidad e incluso logró formalizar algunas citas. Mantuvimos una charla (entrevista informal) muy enriquecedora. Algunos de los detalles de este encuentro a continuación.

Estábamos en una oficina de techos altos, su estructura principal era en forma de un rectángulo de aproximadamente 12 metros de largo x 4 metros de ancho, en el primer cuadro del lugar había una mesa central con varios folletos que promocionaban Álamos y al estado de Sonora en general, alrededor de la mesa había 3 sillones individuales color café, grandes y cómodos, ahí mismo se ubicaba escritorio que ocupaba delegada de turismo. En el espacio cuadrangular, al fondo, había una mesa rectangular grande de aproximadamente 8 lugares y en la esquina un par de sillas regionales grandes redondas de baqueta.

Durante la entrevista con Rosalba me percaté que ella manifestaba amplia aceptación hacia las personas disidentes del sistema sexo-género. En varias oportunidades de nuestra charla señalaba que dentro de sus grupos de amistades y además de familiares se podían encontrar personas con identidad sexual distinta a la heterosexual. La aceptación y respeto que ella demostró hacia las personas de la comunidad LGBTTTI me hicieron pensar que se debe precisamente a esa convivencia cercana con amigos y familiares que disienten del modelo hegemónico heterosexual.

ROBERTO. Es propietario de un Café en Álamos, Sonora desde hace 7 años. Es soltero, tiene 36 años y su nivel educativo es universitario.

La entrevista se llevó a cabo al aire libre, estábamos sentados en una banca de la alameda al frente de la entrada principal de la iglesia.

El viento soplaba ligero, haciéndome sentir el fresco y agradable clima; un ligero “chipi, chipi” nos acompañó durante la entrevista, tan suave y tenue que lejos de ser una razón para impedir la entrevista se convirtió en una agradable sensación.

La entrevista fue interrumpida en un par de ocasiones, una de ellas fue por un carro “con sonido” que pasó cerca de nosotros y el volumen era tan alto que no podíamos continuar con el proceso de comunicación; la segunda interrupción fue hecha

por una persona, que saludó al entrevistado. Aun así, la entrevista fluyó y se continuó hablando del tema que se estaba abordando.

La guía de entrevista funcionó adecuadamente, se consideraron todas las preguntas; sin embargo, observé que faltó tener más cuidado para no sólo basarme en las preguntas determinadas y haber podido aprovechar y evidenciar la información que estaba proporcionando el entrevistado, me percaté que hubo elementos que dejé pasar y sobre los que debí seguir investigando. Durante esta entrevista se derivaron datos no contemplados originalmente tales como: *que las personas discriminan por ignorancia, por falta de educación. Que las expresiones de afecto en público “sin límite” son desagradables verlas tanto en parejas homosexuales como en parejas heterosexuales. Las personas no se molestan al ver a los homosexuales, ya lo ven normal. Existe una costumbre.*

No creo haber influido en las respuestas del entrevistado, sin embargo al momento de estar haciendo la transcripción noté que lo interrumpí varias veces, y que puse sus palabras en mi boca. Debo de aprender a callar y a escuchar.

El equipo de audio funcionó correctamente, no tome notas al momento del diálogo. En general se dio un clima de confianza efectivo entre el entrevistado y la entrevistadora.

Algo importante que me gustaría destacar de esta entrevista es que cuando mi informante clave me contacto con el entrevistado, me dijo de forma literal: “Él te puede ayudar, él es dueño de un café, es un muchacho joven muy *open mind*⁵⁶ además se diceeeeeeee –hizo un movimiento con las manos y gesticuló de tal forma que me dio la impresión que quería decirme que eso eran solo rumores, que a ella no le constaba- que es gay”. Sin embargo, en la dinámica el entrevistado asumió el rol de prestador de servicio nunca se presentó la oportunidad de que él expresara su identidad sexual y mucho menos que me proporcionara información como cliente gay, si él así se identificara.

HEBERTO Y BETTY. Heberto es propietario de un restaurante, en Álamos Sonora, es casado tiene 44 años y su nivel educativo es hasta preparatoria. Betty, es empleada del mismo restaurante en el que Heberto es el dueño; es decir, su esposo es el

⁵⁶ No pregunte a mi informante clave que a que se refería con *open mind*.

propietario. Es casada tiene 52 años y su nivel máximo de estudios es auxiliar contable con comercio.

El restaurante tiene 40 años de permanencia en el mercado, pero bajo la dirección del entrevistado sólo 7 años. Esta entrevista la gestionó mi informante clave. Previo a la cita mi contacto le comentó al propietario la investigación que estaba realizando y según ella a él le pareció interesante porque a su restaurant acuden parejas de homosexuales así que concedió la entrevista –esto me hace pensar que hay un interés del prestador de servicio hacia la apertura o atención a clientes de una nueva modalidad del turismo-.

La cita era a las 5:00 pm, la puntualidad una de mis credenciales. Pese a que llevaba horas de trabajo mi estado de ánimo era “intenso”, ha sido muy emocionante y satisfactorio realizar esta investigación, ¡me gusta la convivencia!, el compartir experiencias, el escuchar opiniones e historias de vida; además, ha sido sorprendente la apertura social que hay entre las personas del pueblo de Álamos ante las diversas sexualidades; aunque realmente es poco lo que he podido, observar, platicar, interpretar; así que la afirmación es solo percepción.

En esta entrevista, la situación climatológica no fue mi aliada, una fuerte lluvia azotaba al pueblo, afortunadamente traía mi paraguas y pude llegar a la reunión sin complicaciones.

El restaurante, un lugar cómodo de ambiente campirano, por la decoración, el estilo de las mesas y los árboles que enmarcaban el lugar. Sentí un ambiente confortable, impregnado por un exquisito olor a comida, aunque hacía un par de horas había comido en que “la Reyna”, unas suculentas tostadas, ese delicioso aroma me coqueteaba e invitaba a comer de nuevo.

Cuando me adentré al restaurante vi que en una mesa estaba un par de personas un hombre y mujer, me acerque y me identifique con ellos, les pregunte por el señor Heberto y me respondió que era él; la mujer que lo acompañaba era su esposa Betty.

Me invitaron a tomar asiento en su mesa y después de informar la razón de mi visita, dimos inicio a la entrevista. Betty estuvo presente y participando, aquí la modalidad cambió un poco de un diálogo entre dos personas a diálogo entre tres.

El ambiente donde se desarrolló la entrevista fue agradable, estábamos sentados de tal manera que las tres personas convergíamos directamente. Durante la entrevista se dieron dos interrupciones. La primera, por una persona que llegó a preguntar por el servicio del lugar. La segunda, fue por el ruido estremecedor de un rayo; la tormenta no cesaba ni los estruendosos truenos que la acompañaban. Ambas interrupciones no afectaron la continuación de nuestra conversación, la cual se llevó a cabo a un ritmo adecuado. De nueva cuenta no se tomaron notas, sólo se utilizó la grabadora y el audio funcionó correctamente.

En el desarrollo de la entrevista surgieron datos que no había contemplado originalmente en la guía de preguntas: la normalidad y la anormalidad. Betty identifica a los clientes heterosexuales y les llama clientes “normales” y a los homosexuales “anormales”. Me dio la impresión que el señor Heberto es más consiente del respeto que debe existir hacia las personas disidentes del sistema sexo-género. Él le decía a su esposa que no deberían de ser tratados como “anormales” (los clientes homosexuales). Otro dato importante fue el comentario de que las expresiones de afecto entre homosexuales son desagradables a los demás, porque los niños no deben de ver esas expresiones.

JAZMÍN: Es propietaria de un Hostal (el hostal, funciona también como centro de retiros y salón de eventos) en el pueblo de Álamos Sonora. Es casada, tiene 50 años y su nivel educativo es hasta universidad.

La entrevista la gestionó mi informante clave; se llevó a cabo en el hostal. Para llegar al sitio recibí apoyo de la policía turística, realmente me sentía maravillada, de recibir ese trato tan cortés de las personas del pueblo. El policía me guio en su motoneta, él iba al frente y yo lo seguía en mi automóvil, anduvimos por caminos engalanados por bellos paisajes de la arquitectura del pueblo; el trayecto fue corto pero enredoso. Una vez que llegamos al lugar salió a recibirme Jazmín, la propietaria del hostal. El sitio era encantador, era una casa tipo hacienda, a la entrada principal la antecedía un pórtico muy acogedor con muchas plantas, además de unas bancas y sillones que te invitaban a descansar.

El primer cuarto del lugar era la cocina y fue ahí en donde dimos inicio a la entrevista. Mi entrevistada es originaria de Estados Unidos y tiene poco más de dos

décadas residiendo en Álamos, durante ese lapso de tiempo ha tenido diferentes negocios todos ellos enfocados al área del turismo.

Jazmín es americana, es probable que por su cultura la opinión referente a la diversidad sexual sea más abierta, receptiva y respetuosa. Hablamos de las diferentes “etiquetas” de la diversidad sexual y nunca mostro reserva al hablar. Fue una entrevista bastante fluida.

MARLA. Es empleada del hotel, ha trabajado ahí aproximadamente 6 años; es hija del propietario del lugar y desempeña funciones de gerente general. Es casada, tiene 29 años y su nivel educativo es universitario.

Este hotel está en el centro de Álamos. El hotel está en la segunda planta y en el primer piso se encuentra un súper, una farmacia y otros comercios. La entrevista se llevó a cabo en las oficinas del hotel; al entrar a sus instalaciones la recepción estaba del lado izquierdo y del lado derecho una puerta que te dirigía a las oficinas, la habitación en donde se desarrolló la entrevista era un espacio de 3 X 2 mts. Entre la entrevistada y yo había un escritorio que propició que sintiera un poco fría la entrevista, quizás sentí también esa frialdad o lejanía porque ya me estaba sintiendo un poco agotada, varias entrevistas al día no es sano, te ciclas y la capacidad de entrevistar merma. Pero, ¡ya es la última!, terminando esta me regreso a Navojoa.

La entrevista se dio sin interrupciones, sin embargo fue muy rápida, aunque se realizaron las preguntas de la entrevista semiestructurada, creo que pude haber obtenido más información. La entrevistada se mostró honesta y abierta al momento de responder y sus palabras agregaron una variable más que no había contemplado en las entrevistas anteriores: el morbo. El morbo lo considera como una sensación por ver algo que no es común y que considera que no es correcto. En este caso la entrevistada señala que las demás personas -ella no, los otros- ven las relaciones de forma morbosa cuando hay expresiones de afecto y amor entre personas del mismo sexo.

La presentación de las siguientes entrevistas es de prestadores de servicios turísticos de Puerto Peñasco Sonora. En un par de ocasiones había visitado esa localidad, pero en ambas sólo fue de paso así que no había tenido la oportunidad de conocer lo hermoso de lugar.

BEATRIZ Y EVELYN. BEATRIZ, es propietaria de un Restaurante de Puerto Peñasco Sonora, y funge como mesera en el mismo. Tiene 46 años, su estado civil es casada y su grado máximo de estudio es la preparatoria. EVELYN, es hija de la propietaria también realiza actividades de mesera. Tiene 18 años está estudiando preparatoria próximamente ingresará a la universidad, su estado civil es soltera.

La entrevista se llevó a cabo en el restaurante del cual una de las entrevistadas es propietaria. Fue una entrevista amena y en un ambiente de confianza.

El restaurante es un sitio agradable. En el lugar había aproximadamente 15 mesas de servicio con diferentes distribuciones, para 2, 4, 6 y hasta 8 personas por mesa. Las paredes bicolor con tonalidades *beige*, claro y oscuro, había una cenefa al medio que dividía uno del otro. En el decorado se podían apreciar figuras de cerámica con la forma de un hombre vestido de chef; de madera que simulaba una cava, uvas plásticas y más. En una de las paredes estaba empotrada una televisión de aproximadamente 42 pulgadas y en la pared contraria estaban el servicio sanitario con espacios cuyos letreros señalaban que uno era para “hombres” y otro para “mujeres”.

Mi llegada al restaurante fue puntual; en el lugar sólo esta una persona de entre 17 y 20 años, y asumo que ahí trabaja porque está detrás de la caja registradora, en espera de que un cliente pagara el servicio recibido, aunque en el lugar no se contaba con la presencia de comensales. A la muchacha le pregunte por Beatriz, la propietaria del lugar y entonces ella salió de la cocina, el recibimiento fue agradable y cordial, un saludo afectuoso de mano y una invitación para pasar a sentarnos a una de las mesas del lugar.

Aquí sucedió algo que no tenía planeado, pero no fue impedimento para que la entrevista se desarrollara con éxito y fue la presencia y participación de Evelyn (la persona entre 17 y 20 años), que era la hija de Beatriz, mi entrevistada.

LUIS es empleado de un hotel en Puerto Peñasco, su principal función es como recepcionista, sin embargo se considera multilabores, ya que realiza diferentes funciones según sean las necesidades del hotel. El hotel es pequeño y las páginas de *Booking* y *Trivago*⁵⁷ lo tienen clasificado como hotel de 3 estrellas.

⁵⁷ El Booking y Trivago, son buscadores electronicos de productos turisticos y proporcionan las mejores ofertas para los usuarios que lo solicitan.

La entrevista fue fluida y clara. Se llevó a cabo en la recepción del hotel Posada de León. En ese momento aún seguía con la angustia de las primeras entrevistas además de estar en un lugar desconocido, pero aun así fue fácil de llevar a cabo.

La recepción del hotel era aproximadamente un espacio de 4 x 4 metros cuadrados, pintada de color *beige*. Un mostrador dividía el área de atención al cliente y la recepción, detrás del mostrador, para el lado de recepción, estaban dos sillas que supongo podían ser usadas por personal del hotel; empotrada en la pared había televisión pequeña de aproximadamente 19” y que por cierto el entrevistado estaba viendo señal de canal abierto el canal XHGC; asimismo, en la pared había un calendario promocional de ese que se le cortan las hojitas, de la frutería Villela. Para el lado del cliente no había nada solo el mostrador en donde realizabas el registro como huésped.

CLAUDIA, ella es propietaria de un restaurante, co-propietaria de un hotel y también al momento de la entrevista fungía como servidora pública del gobierno del Estado, dirigiendo la Secretaría de Turismo de Puerto Peñasco. Tiene 45 años, es soltera y su grado máximo de estudios es la escuela técnica en USA.

El siguiente párrafo lo escribí minutos previos de la entrevista: “A una entrevista más, vamos a ver qué resultados tenemos. En este momento estoy haciendo antesala de en recepción para pasar con Claudia, ella es gerente y co-propietaria del lugar. Ya me anunciaron, ahora a esperar a que me atienda. Mientras tanto estoy dando un “vistazo” a las instalaciones del hotel, más bien de aquí sólo se ve el vestíbulo en recepción. Es un lugar limpio, el color dominante en la estructura y mobiliario es el *beige*. El espacio es grande, bastante grande como de 20 metros cuadrados o más al centro están unos sillones. Mejor lo dibujo se me hace más fácil que explicarlo. Oops!!! Me voyyyy, a iniciar la entrevista...”

La entrevista fluyó a buen ritmo, se desarrolló en un entorno cómodo y no hubo interrupciones. La guía de entrevista funcionó correctamente, se hicieron todas las preguntas. El prejuicio o los prejuicios fueron datos que esta entrevista me arrojó y no lo había considerado, la entrevistada señaló al homosexual como violador potencial y además de que es más apasionado y tiene relaciones más tormentosas.

Aunque considero que la entrevistada fue honesta en sus respuestas, creo que a lo largo de la entrevista se mostró nerviosa.

GUILLERMO, es empresario de Puerto Peñasco, soltero; no le pregunté la edad pero calculo que alrededor de 45 años. Su nivel máximo de estudio no le pregunté pero por la charla que mantuvimos y la forma correcta de expresarse creo que debió haber cursado nivel profesional o más.

La entrevista se me complicó muchísimo fueron “varios” sujetos en un mismo sujeto. Trate de hacer lo mejor que pude, ahora a analizar resultados para conocer la efectividad de la entrevista. Guillermo, es copropietario de 3 negocios, uno del ramo hotelero, otro del restaurantero y el de bienes raíces, así mismo, es presidente de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados, (CANIRAC). Esta entrevista es bien característica porque en una sola persona, entrevisto a 3 sujetos, al prestador de servicios, al representante de la CANIRAC y a una persona de la comunidad LGBTTTI, ya que él se identifica como hombre cuya atracción afectiva, erótica y emocional es hacia los hombres. Me voy a permitir y colocar a mi entrevistado dentro de una “categoría” para representar con él a una parte de la gran diversidad sexual. Él es Gay muy masculino, su apariencia física se apega a las expectativas de genero impuestas por la sociedad, su tono de voz, su vestimenta, su cuerpo representan a la masculinidad hegemónica de nuestra sociedad.

La entrevista se desarrolló en la oficina de bienes raíces del entrevistado. Esta se encuentra en un edificio comercial, decorado con muy buen gusto además se encuentra a un lado del restaurante del cual es copropietario. Al entrar a la oficina me encontré al lado derecho una serie de escritorios (4) acomodados en paralelo a la pared y de lado izquierdo me encontré con una pequeña sala de espera con dos sillones *love sit* una mesa de centro y revistas de la localidad que promovían la actividad turística del puerto. En general fue una entrevista fluida y muy rica en información.

FRANCISCO, es propietario de un bar en Puerto Peñasco, Sonora. Tiene 34 años, es casado y su grado máximo de estudios es la licenciatura.

La cita la acordamos a las 3:00 pm, en el bar mismo. Como todas las citas llego puntual; el entrevistado no se encontraba, el lugar está cerrado y sin personas adentro, por lo que decido esperar en mi carro a que el entrevistado llegue a la cita; la temperatura al exterior estaba aproximadamente 40°C, me desespera “esperar” y sobre todo con esas condiciones de calor, pero creo que, lo que más me molesta es la

impuntualidad y la poca formalidad en los seres humanos, sin embargo sé que tengo que ser tolerante y no dejar que mi estado de ánimo influya en la entrevista. Después de 20 minutos de retraso decido mandar un mensaje de texto solo para recordarle que la cita pactada, me responde que viene en camino; 45 minutos después da inicio la entrevista.

El bar, tiene un amplio espacio, de aproximadamente 60 X 30 metros cuadrados, su estructura es un rectángulo; ofrece asientos *lounge* y tiene una pista amplia para baile. El concepto es moderno. Me comentaron los lugareños que es de los mejores bares del lugar, de buen prestigio y ambiente.

Francisco es un joven, muy...muy... como expresarlo, es muy intenso, hablaba mucho, muy rápido y daba demasiada información para analizar. Aunado a la "intensidad" del entrevistado, la entrevista se interrumpió varias veces (por proveedores y personal de servicio del lugar) no obstante pude retomar los puntos que se estaban cuestionando y lograr así una entrevista efectiva.

MIGUEL, es mesero en un restaurante que se encuentra en el malecón del puerto. Miguel tiene 33 años, es casado y termino la primaria.

Utilizando la técnica de bola de nieve, acudí al restaurant en donde Miguel trabajaba como Mesero, una prima mía que vive en la ciudad de Tucson, Arizona me recomendó que fuera a ese lugar y buscara a sus propietarios. Los propietarios no se encontraban y le pregunte a Miguel si podía entrevistarlos a él y accedió. Al principio estaba muy nervioso, a cada momento se reía, después la entrevista empezó a fluir y a generarse un clima de *comfort* y confianza.

PEDRO, es propietario de un bar, de un hotel y un mini súper en Puerto Peñasco. Tiene 42 años, es soltero y estudió una Licenciatura.

Previo a la cita fui a ubicar el lugar. El bar, según *venshur.com*, señala que es el antro más "trendy"⁵⁸ del puerto; es visitado por turistas y locales que disfrutan de la buena música y buen ambiente.

Son las 6:00 PM, llegué puntual a mi última cita de ese día, me dirigí a la recepción para preguntar por el Sr. Pedro que es la persona a quien voy a entrevistar, me informan que no se encuentra así que decido esperarlo.

⁵⁸ Trendy: significa "lo que se usa", "lo que está de moda" Es un término que ahora se reconoce como fashion/moderno. Venshur es una página de la web que promueve el turismo en todas sus modalidades descanso, congresos, negocios etc. <http://www.venshur.com/Antros-y-Bares.html>

La recepción es un cuarto pequeño, aproximadamente 4 X 4 metros cuadrados. Al servicio esta sólo por una persona, el lugar es limpio y ordenado. Según lo que puedo apreciar por la recepción del hotel, el lugar es de 3 estrellas, es decir, cuenta con lo mínimo indispensable para pasar unos días en Puerto Peñasco. Sin embargo no acudí al lugar para hacer un análisis del hotel, fui ahí por el bar, el cual no pude conocer por ser un día en el que no estaba abierto al público.

Hago una antesala de aproximadamente 20 minutos hasta que llegara la persona a la que voy a entrevistar. Me presenté con Pedro, me invitó a pasar a su oficina y nos dispusimos a iniciar nuestra charla. La entrevista empecé a grabarla 3 minutos después de que habíamos iniciado la conversación (fue un error de omisión) lo que no quedó grabado fue la presentación y la introducción y la explicación del objetivo de la reunión; asimismo, el comentario del entrevistado de que en él había existido un interés por atraer personas LGBT al Puerto. Después de eso, inicié con la grabación.

La entrevista fluyó correctamente, el ambiente físico fue el adecuado, era una pequeña oficina de aproximadamente 3 X 5 metros cuadrados, en la que sólo nos encontrábamos el entrevistado y yo; las paredes de la misma estaban pintadas de color *beige*, dos escritorios acondicionaban el lugar, los cuales se ubicaban uno frente al otro con dos monitores aproximadamente 15" cada uno, sobre los escritorios se encontraban varios papeles apilados, se pudiera decir que un poco de desorden. En uno de los espacios de la oficina se encontraba un equipo de circuito cerrado que monitoreaba algunas de las instalaciones del hotel y del bar. A un lado de la puerta de entrada, se encontraba un archivero de aproximadamente 4 gavetas.

La entrevista se interrumpió una vez con una llamada telefónica para el entrevistado, sin embargo el cortó casi de inmediata la llamada para continuar; con ésta llamada la entrevista no mermo en profundidad ni en concentración tanto del entrevistado como del entrevistador, cabe señalar que la actitud del entrevistado siempre fue muy positiva, se mostró abierto y honesto en sus respuestas. Cómo la entrevista se llevó a buen ritmo, casi se pudieron realizar todas las preguntas de la guía, sin embargo es importante mencionar que hubo respuestas del entrevistado que pudieron ser interesantes para desarrollar otros cuestionamientos y no me percaté, hasta el momento

de transcribir la entrevista (dichos puntos fueron marcados con rojo dentro del cuerpo de la entrevista misma).

El equipo de grabación funcionó adecuadamente, el audio al momento de transcribir ha sido claro, se grabó la totalidad de la entrevista, salvo cuando entro la llamada telefónica al entrevistador, no se tomaron notas de la entrevista.

ROSARIO. Trabaja como recepcionista en un hotel de Puerto Peñasco. Tiene 27 años es casada y estudió hasta la licenciatura.

El siguiente párrafo lo escribí un poco antes de la entrevista, los siguientes fueron a posteriori: preparándome para una entrevista más, la última de esta experiencia en Puerto Peñasco Sonora (por el momento). Me interesa mucho esta entrevista porque según Lizette de la OCV (Oficina de Convenciones y Visitantes), la persona que voy a entrevistar tiene experiencia trayendo vacacionista LGBTTTI al puerto Peñasco.

La cita es a las 4:00 PM, cuando llegué a recepción para preguntar por ella, me dijo su compañero que estaba ocupada, entonces esperé, hice una antesala de aproximadamente 20 minutos mientras tanto observaba lo que sucedía en hotel. El hotel es un complejo turístico, según mi conocimiento pude catalogarlo como 4 estrellas, es grande, elegante, más no lujoso. Los muebles que componen el vestíbulo son de madera y concreto los asientos están forrados en vinil de colores modernos, tales como el rosa, azul verde, amarillo.

Aproximadamente 40 personas transitan por el lobby, el bar y el área de recepción del hotel; por la apariencia puedo sugerir que la mayoría son personas nacionales, aproximadamente 15% son del extranjero, no logro identificar la nacionalidad pero el idioma en el que se comunican, es el inglés. Los personas transitan y/o están agrupadas en grupos de aproximadamente de 3 a 6 miembros. No logro identificar si son parejas, familias etc. mucho menos identifico si son personas de la comunidad LGBTTTI.

El ambiente físico de la entrevista creo que no fue el más adecuado, una vez más fue en el propio lugar de trabajo, había ruido y varias personas, aunque es importante aclarar que las personas no estaban cerca del lugar, no podían escuchar la conversación y tácitamente no la interrumpían.

En sí y de forma específica la entrevista no fue interrumpida, salvo el llanto agudo de un pequeño que estaba cerca del lugar, sin embargo este evento provocó la interrupción de la entrevista ni afectó la profundidad y cobertura de las preguntas.

El ritmo de la entrevista fue el adecuado, aunque el tiempo en el que se realizó fue corto, las respuestas de Rosario fueron muy concretas.

La guía de entrevista funcionó de cierta manera, aquí cometí el error de dejarla al alcance de la entrevistada y la tomó y empezó a leerla, dándose una idea del tipo de preguntas que iba a realizarle, pero la primera pregunta que le hice me dio la respuesta de otra pregunta que yo no le había hecho. Aprendí que debía ser más cuidadosa con mis herramientas de trabajo. Los datos que se obtuvieron fueron interesantes, con ella no seguí al pie de la letra la guía de entrevista semiestructurada porque ya traía otra idea de preguntas por el antecedente de información de las actividades en las que ella participaba con el turismo LGBT.

La entrevistada se mostró honesta y abierta en sus respuestas, no percibí algún signo de que pudiera estar incomoda al momento de responder.

El equipo de grabación funcionó perfectamente bien, se grabó toda la entrevista y con la claridad suficiente para poder transcribirla, no tomé notas de la entrevista confiando plenamente en el equipo de audio.

Todas las preguntas de principio a fin fueron contestadas con la misma profundidad. Mi trato con la entrevistada fue cortés, amable y respetuoso.

La entrevistada comunicó poco de manera no verbal, sólo que cuando le hacía una pregunta concreta de que si existía discriminación, antipatía etc. ante los clientes gay y/o compañeros de trabajo ella decía con gran asombro “Noooooooooooo” como si esas situaciones fueran inexistentes.

Las siguientes presentaciones corresponden a los entrevistados de San Carlos municipio de Guaymas. Solo una de estas entrevistas las realicé en Hermosillo el resto se llevaron a cabo en San Carlos. Particularmente San Carlos lo trabajé de forma muy distinta y equivocada, -creo que fui muy afortunada, debido a que logré entrevistas y las realice sin previa cita- en San Carlos, no tenía contacto con la OCV, ni contactos con los que pudiera realizar la técnica de Bola de Nieve.

De hecho, me fue imposible contactar la OCV, porque llegué viernes a las 5 PM y ya estaban fuera del horario, si hubiera querido auxiliarme con ellos tenía que esperar hasta el lunes, lo cual me fue imposible. Primero por cuestiones de recursos y después por un inconveniente de salud personal. Por lo anterior decidí aprovechar al máximo mi tiempo que permaneciera en la localidad.

JAVIER, trabaja como vendedor de membresía para un complejo hotelero, en ese momento él trabajaba para un hotel que está en San Carlos Sonora. Tiene 37 años, su estado civil es divorciado y estudió hasta la licenciatura.

Me sentía algo nerviosa porque fue de mis primeras entrevistas. El ambiente físico de la entrevista fue adecuado, estuvimos en el patio de mi casa, sentados en una mesa de jardín, tomando café. La entrevista no fue interrumpida fluyo sin dificultad aunque en cierto momento ladraron mis perritas pero eso no fue lo suficientemente grave como para afirmar que la entrevista fue interrumpida. El ritmo de la entrevista fue adecuado, la charla no fue apresurada, ni forzada; nos dimos el tiempo suficiente para responder todas las preguntas de la guía de entrevista, así como dar respuesta a preguntas que se derivaron en la misma conversación. La guía de entrevista funcionó. Sin embargo, hubo preguntas que debí haber hecho, las cuales desde mi punto de vista me podrían haber arrojado más información. No tuve la agilidad mental para detectar esas áreas de oportunidad. Dichas preguntas emanaban de las respuestas a cuestionamientos anteriores. El entrevistado se mostró honesto y abierto a sus respuestas no se tomaron notas de la entrevista, solo se usó grabadora de voz.

JUAN, trabaja como administrativo en un hotel de San Carlos tiene 50 años y estudió hasta la licenciatura. Juan es empleado del hotel en donde me hospedé durante mi estancia en la localidad. Mientras realizaba el proceso de *Check In*, platicué con la recepcionista y solicité entrevistarme con el gerente o responsable de turno del lugar y fue ahí cuando me enviaron con el Sr. Juan; era el contralor del hotel, tiene alrededor de 30 años de experiencia en el ramo hotelero, trabajó como contralor en el Club Med hoy hotel Paradiso y dejó ese empleo para trabajar en CONASUPO, después en 1996 se incorporó a la nueva administración del hotel Paradiso, realizando una vez más las funciones de Contador.

Al presentarme con el Sr. Juan, mantuvimos una charla un poco informal, le comenté que era lo que yo estaba realizando en mi visita a San Carlos y de forma muy amable aceptó colaborar. De inicio platicamos de su trayectoria en el sector hotelero, me platicó que él estuvo trabajando para Club Med (hoy Paradiso) y el Club Med tenía un concepto rústico donde te aislabas de la modernidad, la intención era que te desconectaras del mundo y la tecnología; las habitaciones hasta la fecha no tienen teléfono, ni televisión, salvo el área Sonora que esta remodelada.

El Club Med, reflejaba el concepto de villas de descanso que había en varios lugares del mundo (Alemania, Suiza, Estados Unidos, Holanda, entre otros). Fue fundado en Francia, en 1950, por dos sobrevivientes de la Segunda Guerra Mundial, Gérard Blitz y Serge Trigano. Eran tiempos de tremenda depresión en Europa cuando Blitz, apasionado de los deportes acuáticos y medallista en waterpolo, junto con Trigano, amante del teatro, idearon un concepto innovador para levantar la moral y brindar a los franceses un lugar de esparcimiento y escapar de su depresión cotidiana en las playas más paradisíacas del Mediterráneo con un costo muy accesible.

Me comentó que los turistas que visitaban el club venían de varias partes del mundo. Y en esa diversidad cultural le tocó recibir en una ocasión un viaje Shuttle que estaba conformado por alrededor de 50 lesbianas. Para él fue muy característica la situación porque este grupo de mujeres solicitó una villa (conjunto de habitaciones) exclusivamente para ellas, hicieron ver a la administración del hotel que ellas, cocinarían y harían limpieza a las habitaciones, solicitaron no ser interrumpidas por el personal del hotel ni por otros huéspedes. El tiempo en el que estuvieron ahí (no pregunte cuanto tiempo) no se presentaron problemas, situaciones incómodas, desarreglos a las instalaciones del hotel). Cuando le pregunté según el ¿Cuáles eran las razones por las cuales estas personas solicitaban esa privacidad? me contestó: “lo desconozco, yo creo que por celos, por celos a que otras personas se relacionen con ellas y se las puedan quitar” – estas personas son muy apasionadas- señala. (Aquí en este momento solicito grabar la conversación).

El ambiente de la entrevista era cómodo, estábamos solamente el entrevistado y yo. No había interrupciones por ruidos por lo que el audio podía ser grabado de forma óptima. Otro punto importante del lugar fue que fue fuera de horario de oficina. La gran

mayoría del personal de oficina ya se había retirado. La entrevista fue interrumpida en varias ocasiones, tres veces para ser exactas. La primera fue por su hija y si afectó la entrevista, primero porque paró de responder y estábamos tratando un tema muy interesante, de cómo identificaba el a las personas con orientación sexual distinta a la heterosexual y se cortó la profundidad de la respuesta y ya fue un punto que si bien se abordó pero no con la precisión deseada.

La segunda interrupción fue de una empleada el hotel que necesitaba resolver asuntos operativos, la interrupción duró aproximadamente 3 minutos, aunque fue un lapso pequeño sin duda alguna rompe el ritmo de la entrevista, cuando sucedió la interrupción de la empleada estábamos hablando de la evolución y presencia de la mujer en lo público y después ya continuó con otro tema, reconozco mi poca habilidad para recuperar la temática anterior que si bien no era exactamente del tema a investigar si me pudiera abrir puerta para puntos interesantes de la investigación.

Y la tercera y última interrupción fue de nueva cuenta su hija, fue por el para ir a cenar, por lo que fue necesario dar por terminada la entrevista. Si bien es cierto quedo comprometido para continuar con la charla, ya no pude localizarlo, supongo que porque era fin de semana.

La guía de entrevista, ¡tremendo error metodológico!, no la lleve conmigo. La olvidé en Hermosillo, hice uso de mi memoria y la experiencia que me habían dado las entrevistas anteriores. Sin embargo si se obtuvieron suficientes datos, y algo muy importante surgieron respuestas que me brindan la posibilidad de abrir a más preguntas la guía, en el sentido que el Sr. Juan señaló que la homosexualidad se debe a un poder económico alto y una situación de clase. Esto me llama la atención por otros datos recabados en los que dicen que si el *Gay* es productivo y tiene dinero es menos rechazado.

Empecé a grabar después de 15 minutos de haber iniciado nuestra conversación. Tome notas de la parte introductoria (aproximadamente 15 min) el resto de la entrevista me valí de la grabadora de audio.

ARTURO, es gerente de operaciones de alimentos y bebidas de un restaurante – bar de San Carlos. Tiene 29 años es divorciado y estudio hasta la licenciatura.

Sin una cita previa acudí al lugar en cuestión, con la intención de buscar un espacio y a una persona para la entrevista, llegué al sitio y pregunte por el gerente o responsable del lugar y me presentaron a Arturo, gerente de Alimentos y Bebidas del lugar y accedió a darme un espacio para la entrevista. Según las recomendaciones de los locales (personal del hotel) y por recomendación hechas por mis amigas, ese restaurante–bar es uno de los lugares favoritos por los residentes y visitantes.

El ambiente fue realmente cómodo, la entrevista se desarrolló en un espacio del restaurante. El clima era calidad y agradable todo el contexto estaba dado para lograr una entrevista efectiva y así fue. Aún que fue interrumpida por un mesero para preguntar una situación de logística del lugar, nada significativo para que afectara la profundidad de la entrevista y cobertura de preguntas.

Las personas que se presentan a continuación son prestadores de servicios turísticos en la localidad de Hermosillo Sonora.

OSCAR, es gerente de un bar de Hermosillo; tiene 15 años laborando en ese lugar y en el mismo puesto. Es casado, tiene 44 años de edad y su nivel máximo de estudios fue la preparatoria.

La entrevista se desarrolló en el lugar de trabajo del entrevistado, llegué puntual a la cita, algo nerviosa pues fue mi primera entrevista formal, mi primera entrevista a profundidad. Una vez que el entrevistado me recibió pasamos al lugar en donde se desarrolló la entrevista y que fue en la terraza del lugar.

En una mesa “periquera” nos sentamos él al frente mío. La relación previa (de cliente y prestador de servicio) que he mantenido con el entrevistado sirvió para aminorar mi estado de ansiedad y que la entrevista fluyera. No obstante, hubo algunas limitantes por las continuas interferencias que se vinieron dando. En su mayoría interferencias que se debieron a que estábamos en su área laboral justo minutos antes de que empezara a operar el lugar y él, por ser el gerente estaba atento a todos los detalles. En el lugar se encontraba él (entrevistado) y dos personas más, que estaban trabajando en la limpieza del lugar.

WENDY. Es jefa de recepción en un Hotel de Hermosillo. Es soltera, tiene 25 años y su nivel máximo de estudios es Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas.

LEYLA. Es recepcionista en un Hotel de Hermosillo. Es soltera, tiene 25 años y su nivel máximo de estudios es Licenciatura en Administración de Empresas Turísticas.

MARÍA LUISA. Es gerente de recepción en un hotel de Hermosillo; tiene 5 años trabajando en este lugar. Es soltera, tiene 31 años y su nivel máximo de estudios es la Maestría en Administración

CECILIA. Es Ama de Llaves en un hotel de Hermosillo; tiene 12 años laborando en ese puesto y en ese lugar. Es casada tiene 44; su nivel de máximo de estudios es secundaria.

PACO. Es mesero y coordinador de eventos en un hotel de Hermosillo. Tiene 21 años trabajando en esa empresa.

POLICÍA MUNICIPAL. Es comandante en jefe de la policía municipal de Hermosillo, tiene 12 años de servicio y al momento de la entrevista era estudiante de Derecho de la Universidad del Valle de México.

4.2. CATEGORÍA 1: Identificación de clientes en general y el segmento LGBTTTI

En esta categoría podemos reconocer algunas variables: identificación de los clientes por parte de los prestadores de servicios turísticos, identificación de los clientes disidentes del sistema sexo y género por parte de los prestadores de servicios turísticos y estereotipos por género.

En estos tiempos tan volátiles, ultra competitivos y proclives a la innovación permanente, el principal reto para las empresas y en este caso para los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora es el de tener la capacidad para detectar las necesidades insatisfechas de los clientes y posicionar de manera efectiva la marca de sus servicios.

La identificación de las necesidades de los clientes de una empresa debe iniciarse con la certidumbre de quiénes son y cuáles son sus expectativas. Trabajar con una actitud enfocada al cliente debe consistir en definir y difundir la visión de la organización orientada a la satisfacción del cliente. Para tener un cliente satisfecho se deben cumplir con las expectativas que este requiere del servicio ofertado, otorgando el precio, conveniencia y estatus que busca el consumidor.

4.2.1. Identificación del Cliente por Parte de los Prestadores de Servicios Turísticos.

Dentro de las preguntas de contexto que se elaboraron para crear el clima de confianza entre los entrevistados y la entrevistadora se les preguntó: ¿Qué tipos de clientes vienen aquí? ¿Cómo los distingues? ¿De dónde vienen? ¿Son foráneos o son de la región? ¿Vienen más hombres o más mujeres, de que edades? ¿A qué vienen? ¿Cuál es el nivel socio económico de los clientes? ¿Cuáles son tus clientes principales? ¿Recibes turistas/clientes, de otros países, de otros grupos (etnias, religiones), clientes LGBT? Preguntamos variables principales de segmentación de mercado que reconocen en sus clientes reales.

En el discurso se puede apreciar que las variables más significativas que el prestador de servicio utiliza para identificar a sus clientes son las *geográficas*, por lo general saben si el cliente es local o foráneo, nacional o extranjero. Las variables *psicográficas* (personalidad, estilo de vida, valores, actitudes, intereses) y *las conductuales* (búsqueda de beneficio, tasa de utilización de servicio, fidelidad a la marca, etc.) no fueron variables que se presentaran asiduamente en el reconocimiento al cliente, así es que podemos afirmar que la variable *demográfica* fue una constante en el reconocimiento al cliente, lo identifican por el rango de edad al que pertenecen, el estatus socioeconómico y el sexo biológico.

Una precisión general fue reconocer a su cliente por el sexo biológico pero desde una noción de binarismo biológico, haciendo referencia a la idea naturalizada de las categorías dicotómicas, mutuamente excluyente biologicistas y complementarias del varón-mujer. Esta clasificación binaria de sexo y de género atraviesa de forma longitudinal el pensamiento de los prestadores de servicios turísticos y es un modo primario de entendimiento y organización de sus lógicas de atención. Sin embargo, para segmentar el mercado es necesario hacerlo desde una visión más amplia e incluyente al abanico de opciones que brinda la diversidad sexual; es decir, incluir a todas aquellas realidades de identidades y orientaciones que conforman la diversidad sexual. Entonces tenemos que el reto para los prestadores de servicios del estado de Sonora radica en no centrarse en dicotomías excluyentes de binarismo sexo-genérico, sino en conocer y comprender todas las posibilidades de este mercado.

Otro dato significativo que nos aporta la categoría: *Identificación de clientes en general y el segmento LGBTTTI*. Esta categoría nos señala que la heteronormatividad del patriarcado conduce a los privilegios de la “familia tradicional”, que los prestadores de servicio la instalan como “natural” y la única manera de agrupamiento familiar. Y este punto de partida teórico no es favorable para visibilizar y comprender la situación de los nuevos modelos de familias: *familias homoparentales*. Lejos de considerar a la familia como una unidad armónica con intereses comunes, esta perspectiva pone de manifiesto que se ignoran los cambios económicos y políticos de los últimos tiempos y el impacto que los mismos han tenido en la estructuración de las familias.

LAURA: -¿Qué tipos de clientes tienen aquí en tu café?

ROBERTO: -Pues vienen de todo, faaamilias, niños, papás, mamás, adultos, jóvenes, ancianos, ¡de todo! de todas clases, razas, ¡de todo un poco! hay locales y foráneos.....entre semana es local y los fines de semanas es más foráneo.

LAURA: -¿Qué tipo de clientes son los que recibes?

MARLA: -Normalmente casi todos son, son, eh, que te digo...jóvenes, adultos porque la mayoría de mis clientes son personas que vienen a prestar algún servicio a Álamos, ya sea para la mina, ya sea para, no sé, para empresas, así o sea es más mi cliente es mas de trabajo pues. Normalmente de otros países es muy extraño que lleguen a venir, más bien que te digo, mmm...casi todo mi cliente es del sur y de aquí de Hermosillo tengo mucho y nomás...

LAURA: -¿Qué tipo de clientes son los que normalmente reciben aquí?

BEATRIZ: -Pues de todos, pero si recibimos más al turismo porque nos apoyamos en el hotel, los clientes del hotel son los que más tenemos. Son turistas nacionales y extranjeros nacional, por lo general los nacionales son de negocio...muchos proveedores. Los extranjeros pues son vacacionistas. Y son de todo, hay de jóvenes, hay familias, de todo, ¡de todo! De repente llega una familia con sus niños chiquitos, a veces viene pura chamacada, de chamacada te estoy hablando de 20 a 30 en días festivos es pura chamacada. El nivel socioeconómico más o menos de los clientes es muy bajo, si porque luego, luego se nota porque siempre están preguntando y cuánto vale esto y cuánto cuesta esto y cuando es un nivel desahogado así, ahí nomás piden así y últimamente hemos tenido muy bajo nivel.

LAURA: -¿Qué tipo de clientes son los que vienen aquí contigo?

CLAUDIA: -Pues es muy, el turismo cambia ¿no? De acuerdo a la temporada, en la temporada que es de mediados de junio a finales de agosto es puro turismo nacional en su mayoría, que te puedo decir yo creo que el 98% es turismo nacional y el que será, el 70% es de Chihuahua, del estado

de Chihuahua. Y por lo general es turismo familiar, más familia, es puuuuro turismo familiar, como te digo, ya en lo que es octubre, noviembre y la primer semana, segunda semana de diciembre ya baja bastante pero lo que es octubre y noviembre ya es turismo norteamericano y ya es un turismo que algunos vienen de Oregón, otros vienen de estados más fríos, ¿no?

LAURA: -¿A qué te refieres con familia?

CLAUDIA: -Ay, pues al papá a la mamá a los hijos, también algunas veces los acompañan los abuelos.

LAURA: -¿Qué tipo de clientes son los que vienen aquí contigo?

JUAN: -Sí, de hecho; nosotros estamos invirtiendo ahorita precisamente ee en la remodelación de habitaciones ¿no? Y quitando ese concepto de “únicamente descanso” (mjm... LAURA) entonces ee al remodelar, meter televisión porque no, no... Era únicamente la cama y lo, lo, lo básico ¿no? (Lo necesario) entonces nosotros estamos metiendo ee la televisión, ee internet, ee teléfono; o sea hacerlo un poco más común ¿no? Más normal para cuando tienes un “abierto” en tu segmento de mercado ¿no? que no está muy dirigido hacia un solo grupo de población ¿no? y es abierto a la familia que pueden venir gente mayor, gente; papás, mamás, niños...

LAURA: -¿Qué tipo de clientes vienen aquí?

LEYLA: -Más que nada viene gente de trabajo, por lo general aquí es turismo de negocios, viene gente a trabajar más que nada a lo que es el parque industrial, es nuestro cliente potencial, además viene mucha gente que viene a dormir de paso nada más, o sea que va viajando, hace escala aquí en Hermosillo, aquí se queda a dormir y al otro día se va, por lo general es ese tipo de personas los que se quedan en el hotel.[...]por lo general son clientes nacionales, son gente de diferentes partes de la República Mexicana y bueno los siguientes serían los de que vienen de Estados Unidos que vienen viajando, ya sea que van para allá o van a alguna parte de México, muchos gringuitos que viven aquí en San Carlos y que llegan aquí a dormir y luego se van a San Carlos, otros que viven en Mazatlán o van de ida o van de venida por lo general. [...] por lo general los clientes son más hombres, no sé bien, bueno más o menos. [...] son personas ya de unos 30 a 50 años, ya son hombres grandes. [...] los clientes que llegan aquí, tampoco son personas que tienen, por ejemplo no me puedo comparar a mis huéspedes con los que llegan al Fiesta Americana o al Lucerna no? que a lo mejor llega gente más que son los jefes, a lo mejor aquí llega la gente que es más operativa, yo pienso que clase media.

LAURA: -¿Quiénes son tus clientes?

MARÍA LUISA: -Mis clientes mmm, pues todos, todos los que necesiten el servicio de pernoctar, y que nos elijan porque hay tarifas para todos los bolsillos, básicamente mi mercado más fuerte son empresas y porque enseguida tenemos el CAS59, tenemos muchos visitantes de Estados Unidos

⁵⁹ CAS. Centro de Atención al solicitante, lugar para solicitar visa estadounidense

y de Sinaloa que también que vienen a solicitar sus visas. [...] son de un nivel socioeconómico Medio-alto.

LAURA: -¿Qué tipo de clientes vienen aquí a este hotel?

CECILIA: -Pues de todo, o sea de todo, es muy familiar pero también nos toca...Pero también vienen más hombres de negocios las edades promedio de los clientes que nos visitan es de como de 30 a 40 años y más o menos el 50 por ciento de los clientes ciento solo y el otro 50 acompañados.

LAURA: -¿Qué tipo de clientes son los que vienen aquí?

PACO: -La mayoría eh, entre políticos y empresarios. Vienen más hombres que mujeres.

LAURA: -¿Qué tipo de clientes son los que normalmente reciben aquí?

BEATRIZ: -Pues de todos, pero si recibimos más al turismo porque nos apoyamos en el hotel, los clientes del hotel son los que más tenemos. Son turistas nacionales y extranjeros nacional, por lo general los nacionales son de negocio...muchos proveedores. Los extranjeros pues son vacacionistas. Y son de todo, hay de jóvenes, hay familias, de todo, ¡de todo! De repente llega una familia con sus niños chiquitos, a veces viene pura chamacada, de chamacada te estoy hablando de 20 a 30 en días festivos es pura chamacada. El nivel socioeconómico más o menos de los clientes es muy bajo, si porque luego, luego se nota porque siempre están preguntando y cuánto vale esto y cuánto cuesta esto y cuando es un nivel desahogado así, ahí nomás piden así y últimamente hemos tenido muy bajo nivel.

LAURA: -¿Qué tipo de clientes son los que vienen aquí contigo?

JUAN: -Si, de hecho, nosotros estamos invirtiendo ahorita precisamente ee... en la remodelación de habitaciones ¿no? Y quitando ese concepto de “únicamente descanso” (mjm... LAURA) entonces ee al remodelar, meter televisión porque no, no... Era únicamente la cama y lo, lo, lo básico ¿no? Lo necesario entonces nosotros estamos metiendo ee la televisión, ee internet, ee teléfono; o sea hacerlo un poco más común ¿no? Más normal para cuando tienes un “abierto” en tu segmento de mercado ¿no? que no está muy dirigido hacia un solo grupo de población ¿no? y es abierto a la familia que pueden venir gente mayor, gente; papás, mamás, niños.

Transversalizar la diversidad familiar en las nociones de clientes es uno de los retos del prestador de servicios, así como deconstruir un modelo de familia tradicional y dar paso a una apertura ideológica respetuosa de las múltiples maneras de vivir, construir y habitar comunidades denominadas familias y así dar lugar a los nuevos modelos y ejemplos de vida para las futuras generaciones.

4.2.2. Identificación del Cliente Disidente del Sistema Sexo y Género por Parte de los Prestadores de Servicios Turísticos.

Para saber si el prestador de servicio identifica el momento en que llega un cliente de la comunidad LGBTTTI a solicitar algún tipo de servicio le preguntamos: Dentro de la diversidad de turistas que recibes, ¿te demandan servicio las parejas del mismo sexo?

A pregunta expresa, los resultados muestran que la generalidad reconoce que si existe diversidad de clientes y dentro de esa diversidad reciben a personas de la comunidad LGBTTTI. Sólo una persona, de la totalidad de entrevistados que presta servicios turísticos en el estado de Sonora refiere que en su localidad no se ven parejas del mismo sexo.

Desde inicios de la década de los noventas, las políticas y estrategias de la visibilidad priorizan los intereses de los grupos activistas del movimiento de la diversidad sexual. Las prácticas e intereses de las personas de la comunidad LGBTTTI desestabilizan la heteronormatividad de múltiples maneras debido a que estas personas ocupan posiciones disímiles a las que se estructuran dentro del marco de la heteronormatividad, desde la construcción de estructuras propias que regulan la correspondencia entre sus cuerpos a la construcción social del rol de género que experimentan y a la subjetividad con las que viven su sexualidad, de tal forma que el sólo hecho de que estas personas estén al margen de un sistema sexo genérico heteronormativo y así provocar discursos en donde las realidades sociales de la disidencia sexo genérica aborden procesos sociales de invisibilidad o visibilidad.

En la cita siguiente podemos encontrar un discurso hegemónico heteronormativo basado fuertemente en una herencia judeocristiana que se basa en la represión de la sexualidad no reproductiva y se materializa en la invisibilidad de todas aquellas realidades sexuales que disienten de la heterosexual.

LAURA: -¿Le ha tocado ver en todo este tiempo que lleguen personas, de otras ciudades, de otros países?

RAFAEL: -Si

LAURA: -Y de esas personas que llegan de otros lugares, ¿le ha tocado que sean personas del mismo sexo y expresen su amor en público?

RAFAEL: -No

LAURA: -Y personas locales

RAFAEL: -¿Del mismo sexo?

LAURA: -Si

RAFAEL: -Aquí no, aquí en Álamos no se ven parejas así.[...] No, aquí en Álamos no, y digo que bueno que aquí no se haya degradado tanto eso porque es algo que ante Dios es anatema, es algo tremendo ante Dios yo creo que, ya ves cómo está el mundo lleno de condenación de maldiciones por lo mismo que la gente, el ser humano se ha degradado, se ha degradado tanto que eso nos ha acarriado⁶⁰ todo lo que estamos viviendo. Por eso digo que: ¡Qué bueno que aquí en Álamos no se haya degradado tanto!.

Sin embargo, como dijimos al inicio de este apartado la generalidad de los prestadores de servicios del estado de Sonora, identifican al cliente LGBTTTI cuando demanda los servicios que ofertan. Veamos:

FRANCIS: -No, no sé, hemos tenido unos pocos que son lesbianas o gays o algo, homosexual pero, ah, son pocos los que han llegado aquí que yo sé. O que aparentemente eran, ¿no? es que es mi percepción.

LAURA: -¿También recibes turistas gay?

ROBERTO: -Pues sí, hay uno que otro que llega

LAURA: -¿Foráneos?

ROBERTO: -Foráneos... y de aquí también.

LAURA: -¿Te han tocado personas que tú reconozcas con una orientación sexual distinta a la heterosexual? O sea, personas que sean gays, lesbianas.

LUIS: Si, si han venido...

LAURA: -¿Has recibido personas en el Ice box que tu identifiques como gays, lesbianas etc.?

PEDRO: -Sí. Porque aquí, bueno al menos aquí en Puerto Peñasco es como muy normalito verlos. Mira yo creo que aquí en Peñasco ok vamos a ver... Yo he vivido en varias partes de aquí del noroeste de la república he vivido en Tijuana, en Rosarito, en Ensenada, en Mexicali, en San Luis Rio Colorado, Caborca, en Hermosillo... y no me había tocado ver en una ciudad tan... tan libre en ese sentido como Puerto Peñasco aquí andan agusto no sé porque se notan más aquí o lo veo más yo aquí pero por decir en otras partes hay que es gay pues es gay, ¿y? pero nunca los miro yo con otra persona mujeres con mujeres u hombres con hombres dándose besos y este... aquí sí, haz de cuenta que llegué aquí y dije: ¡Ay caray! ¿Cómo está el asunto? Muy.....Muy abierto.

OSCAR FLORES: -Pues en el día, en el día viene más que nada la familia ¿no? Viene más que nada la familia, en la noche se cierra aproximadamente para los jóvenes menores de dieciocho años, se cierra a

⁶⁰El entrevistado dice *acarriado*, la palabra correcta es *acarreado* Según las Real Academia de la lengua española significa: Tr. Ocasionar, producir, traer consigo daños o desgracias.

los, a las 10:30pm más tardar 11:00pm, ya no debe de haber ningún menor para darle seguimiento a lo que es el antro ¿no? Entonces, viene todo de, tipo de gente, este, referente a lo que me comentabas ahorita, clientes gay, viene de todo tipo de género, pero no se exhiben mucho.

LAURA: -¿Reciben clientes homosexuales?

CECILIA: -Sí. [...] no, no, en grupo no me ha tocado, la mera verdad, o sea, por ejemplo también estuvieron viniendo un grupo de estilistas y la mayoría era... era homosexual.

LAURA: -Y dentro de esa diversidad cultural, ¿has recibido clientes gays, lésbico gay, transexuales?

WENDY: -Dentro de los religiosos, -dentro de toda la diversidad de clientes- pues no hubo un grupo, pero si nos ha tocado recibir huéspedes, por ejemplo huéspedes que vienen a trabajar en Liverpool, que son maquillistas, que son ellos en su mayoría cuando hay eventos de L'oreal, como por ejemplo ahorita hay un evento de L'oreal, cosas que van relacionadas con el género de la belleza, por así decirlo, en su mayoría son gays.

LAURA: -¿Y dentro de esa diversidad cultural recibes gente que son lesbianas, gays, bisexuales, transexuales?

LEYLA: -Pues a lo mejor si los recibimos, a lo mejor no nos damos cuenta ¿no? pero si nos ha tocado a lo mejor transexuales que nosotros notamos, yo creo que se viste como mujer pero no es mujer, no, a lo mejor es ahí cuando los detectamos, pero a lo mejor muchas veces viene una persona como tú o como yo y no nos damos ni cuenta de sus preferencias la verdad.

LAURA: -¿Reciben clientes homosexuales?

PACO: -La verdad sí, todo este tiempo que he estado aquí, he visto varios grupos, agrupaciones, ha estado así, combinado, de todo un poquito se puede decir.

Al considerar el mercado LGBTTTTI surgen una serie de necesidades que pasan a ser objeto de la búsqueda de emergentes sociales. Para comprender las necesidades de los clientes, se debe ir más allá de las necesidades manifiestas y descubrir también las no manifestadas. Comprender y contemplar los gustos y preferencias que determinan la razón de compra de los clientes LGBTTTTI debe ser una oportunidad para el prestador de servicio además de considerar que la empresa no vende servicios, vende beneficios.

4.2.3. Identificación del Cliente Disidente del Sistema Sexo y Género por Parte de los Prestadores de Servicios Turísticos por Estereotipos de Género.

En todas las sociedades existe una preconcepción generalizada que emerge a partir de adscribir a las personas ciertos atributos, características o roles, en razón pertenecía a un determinado grupo social. Específicamente los estereotipos de género están relacionados con las características sociales y culturalmente asignados a hombres y mujeres.

Existen prestadores de servicios que usan los estereotipos con regularidad para designar o clasificar a las personas a partir de convencionalismos sin tomar en cuenta particularidades de manera analítica.

Tal es el caso del siguiente restaurantero de Álamos que señala al *trompas*, un gay de la región que se circunscribe a los estereotipos de género porque viste “normal” es decir se ajusta a vestirse según corresponde a su sexo biológico.

ROBERTO:- -Pues aquí hay muchos y lo respetan por ejemplo los más grandes que están...Agustín pero todos lo conocen como el Trompas y esta otro que no me acuerdo como se llama, están ellos dos...Trompas, él es estilista. y tiene muchísimos años y la gente lo respeta y tiene su casa, tiene su salón, todo...hace una velación, y la gente va y lo visita y tiene mucha coordinación con el ayuntamiento con el DIF porque siempre ayudan, si necesitan alguna jornada o le dicen a uno de ellos: decóranos el palacio para navidad o para el 16 de Septiembre y año nuevo y esas cosas y se han ganado cierto respeto...y tú los ves y por ejemplo el Trompas por ejemplo se viste, normal... ningún accesorio de mujer ni nada ¿no? y el Pini si, él se pone su huarachitos, sus blusitas, se peina el cabello, se pinta y nadie le grita en la calle, el pasa por la calle y usa su bolso como Michael Kors, bolsas grandes y nadie le dice nada ni lo critican, este, ya todo el mundo sabemos ¿no? y ellos se dedican a arreglar la iglesia, los eventos...

La mayoría de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora asumen que es posible identificar a los individuos LGBTTTI por apariencia, o características externas. Un poco más allá de un estereotipo de apariencia física existen estereotipos delimitados por las conductas o personalidades de las personas homosexuales. Además, el estereotipo de género define la orientación sexual.

LAURA: -Ahorita me decías que llegan a tu café gente de todo tipo... Me dijiste que llegan personas gay, bisexuales, eh, lesbianas... ¿Cómo los identificas? ¿Cómo identificas que alguien es gay, que alguien es lesbiana?

ROBERTO: -Mmm... pues hay la manera en cómo te piden las cosas, como se comportan, como hablan... y es muy amanerado, la manera de ser de las personas o en las mujeres en sus personalidades que no es muy común ver a una lesbiana muuuy cambiada, muuuuy arreglada ¿no? como el estereotipo de la mujer no? siempre ya ves que son con el cabello corto, o más robustas o la manera de expresarse son más fuerte...

LAURA: -¿Cómo los distingue?, si son gay o son lesbiana...

HEBERTO: -Luego se distingue si son gays o lesbianas están muy juntitos en veces se agarran de la mano, tú te das cuenta.

LAURA: -¿Y cómo los reconoce usted? ¿Cómo los identifica?

FRANCIS: -Aah, pues yo los sentí, son unos muchachos que han venido varias veces y pues comparten el cuarto, duermen en la misma cama pues son ah, son parejas, se veían que eran parejas, no era como porque también vienen 4 muchachas juntas pero se ve que no son juntas.

FRANCIS: -Si, la manera en que se llevan juntas, no vi besando ni nada, pero para mí era bastante obvio, igual, no vienen aquí muchos gays, de hombres o si ha habido pero no muchos y es mi percepción también, puede ser que estoy incorrecta pero mi percepción es de como son.. Pero yo tengo muchos amigos gays y sé que son gay y like desde que los conocí no es...

LAURA: -¿Cómo los identificas a un cliente cuando es LGBTTTI?

CLAUDIA: -Jajaja pues la verdad son muy bien cuidados en su persona, andan todo el tiempo, en sus posibilidades de cada quien, pues muy limpios, muy arreglados. Su forma de dirigirse a uno es diferente a la de un hombre.. Jajajajajajajaja; no es lo amanerado, si no que creo que tienen una forma muy particular de dirigirse a uno, no es igual, igual y cuando están enojados, están enojados y cuidado no?, se enojan, pero creo que por mi experiencia de tener bastantes conocidos yo creo que te vas dando cuenta.

LAURA: -¿Cómo los identificas?

FRANCISCO: -Mmm... bueno, más bien se identifican ellos solitos no necesito yo andarlos investigando, en muchos sentidos se dan a conocer por los ademanes, la vestimenta, como se comportan adentro y los ubicas de esa manera.

LAURA: -¿Cómo identificas cuando un cliente es gay o cuando una clienta es lesbiana? ¿Cómo te das cuenta? ¿Cómo decides si es o no es?

FEDERICO: -Pues mucha gente...la lesbiana por ejemplo en la forma de vestir, luego la forma de que es, muy hombruna o algo y ya pues el gay ya es su forma de ser también pues, aquí casi nunca ha venido un gay vestido de mujer ni así, pero si han venido que se le noten sus facciones ¿no?, como hablan y eso...

LAURA: -Aja...oye y ¿Cómo los distingues? ¿Cómo sabes qué son?

LUIS: Pues en su... en su vestimenta se les nota.

LAURA: -Por ejemplo, ¿el hombre?

LUIS: El hombre pues por lo regular siempre anda un poquito más ajustado, eh... Y pues en sus, como se dice, en sus modos, como se mueven, se les nota pues así y cuando hablan también pues se nota que tienen otras tendencias...

LAURA: -Y ¿las mujeres?

LUIS: Y las mujeres pues lo mismo, por lo regular, unas muchachas pues ahora sí que se visten así con pantalón y la camisa así...o sea se miran como...como hombres...se visten como hombres.

LAURA: -¿Has recibido clientes dentro de esa diversidad que tú identifiques como gays, como lesbianas, como transexuales?

FRANCISCO: Si, pero básicamente uno conoce a los... por ejemplo, una vez, unos 6 o 4 meses, un viernes, un señor grandote y al final unos "shots" y nosotros ya estábamos cerrado pero la mesera me dice: -muy buen consumo, dos servicios- bla bla bla, claro que si le dije, ahí se los llevó, por la casa van, no se los voy a cobrar, y el señor me dijo: pero tómatelos conmigo que la fregada. Al otro día, estaba beso y beso con un cabrón allá arriba, era un señor de Monterrey, grandote, vaquerón y dices, hasta miedo ¿no? al rato mariposón y yo... se estaban besando y yo pues... no es bar gay, no somos un bar gay, aquí se permite que bailen que bromeen juntos pero ya que se besen y que se empiecen hacer cosas ya más allá no lo permito, porque no es un bar gay.

LAURA: -Ajá

FRANCISCO: -A nosotros nos tenían catalogados como bar gay y muchos aquí, lo que pasa que cuando empezamos, empezamos muy simplones, bueno no, como todo, escogíamos a la gente para entrar, como era tanta gente, "tu sí", "tu no", en sandalia, gorra, short no entra, entonces la gente de aquí decía: ahí va puro pinchi putito, va puro putito acá bien vestido, no te dejan entrar en chanclas, ni en gorra, ni en shorts. La gente aquí está acostumbrada a andar en short y gorra y todo playero casual.

LAURA: -Pero ¿los ha identificado en, en recepción por ejemplo?

JUAN: -No, sí, sí; en, en algunos casos son evidentes ¿no? Como dice Juan Gabriel...

JUAN: -A Juan Gabriel le preguntaron que si era homosexual y dijo; este, qué dijo: "lo que se ve ni se pregunta ¿no?"

JAVIER: -Mujeres solas califican⁶¹, hombres solos no.

LAURA: -¿Por qué no califica el hombre solo?

JAVIER: - Eeh.. Generalmente se tiene... como... estipulado que la mujer es más ahorrativa y más cumplida con los pagos, por eso. Es más bien por perfil de cliente, se cree que un hombre solo es más incumplido, que va a quedar a deber, que no va a generar los pagos como son, más bien esa es. Así es, exactamente.

JAVIER: -Mira, esa calificación, tienen que cumplirla para entrar a la presentación y que se le pague a promotor la pareja. Si tú quieres, si te llega con una así y quieres, ves que hay una oportunidad de venta ahí,

⁶¹ Javier, es vendedor de tiempos compartidos. Tiempos compartidos que consiste en usar una propiedad, en este caso es alojamiento vacacional durante un periodo determinado. La noción "aplica" es para referir a personas que son clientes potenciales para ofrecer el servicio.

puedes tomarte tu tiempo libre y ya la empresa no se hace responsable, no? es tu tiempo, si tú quieres gastar ese shot, esa oportunidad que tienes, te la gastas, sabes que vas a perder el turno si llega una mejor pareja después, si tú ves que hay posibilidad, lo agarras, que les he vendido también.

LAURA: -¿Cómo identificas cuando un cliente es gay o cuando una clienta es lesbiana? ¿Cómo te das cuenta? ¿Cómo decides si es o no es?

ARTURO: Hay una, hay una pareja gay que viene y son clientes de aquí, nos traen muchos, muchos clientes, son; arman eventos ellos (Ajá... LAURA) y ya ves que las personas ee gays son muy dadas, a, a, son muy creativos, pues a, a tener ese feeling a moverse, son muy movidos, son muy inteligentes y, y la verdad están bien, se ven, se ven bien, los vez y dices tú: “pues no son” pero de repente hacen cosas las cuales dices “ah caray” pues son pareja ¿no? Pero, pero pues no, o sea la gente los ve a ellos con mucho respeto como que ya son conocidos y, así los ve uno también ya.

LAURA: -¿Tú cómo identificas? Me dices que sí has tenido clientes... ¿Cómo los identificas cuando son... ya sea gay, lesbianas, transexuales?

¿Cómo? ¿Cómo tú dices “ah ese es”?...

ARTURO: -Pues yo digo que ya viene todo también una parte del, del morbo de cada persona ¿no? Y aparte del, del criterio que tenga cada uno, porque digo, te voy a ser sincero; yo viví en el otro lado diez años y una vez este, yo tengo un amigo que, que realmente tiene una voz muy gruesa y lo más varonil del mundo, cuando yo recién lo conocí le pregunté; bueno no le pregunté ¿no? Iba pasando una muchacha y le dije: “mira ¿ya viste el cuero aquel?” y me dijo: “a mí me gustan los hombres”; y me lo dijo de una manera muy seria, y yo me reí porque, “ah está jugando” ¿no?... Ya como a las dos semanas volví agarrar, o sea volvimos a tener otro tema de conversación en cuanto a otra muchacha y me dice: “mira -me dice- con todo respeto a mí me gustan los hombres” [Mjm... asiente LAURA]: Y yo no sabía que estaba casado con un hombre, no sabía que era, era, era gay y digo al principio me impactó porque vi ese, ese, ese, esa persona varonil y no me imaginé, pero ya después pues se me hizo de lo más normal del mundo ¿no? [Ajá... dice LAURA]. Entonces cómo yo los identifico; puede ser por el modo como hablan o como se expresan, movimientos de manos, o hay veces hasta que ni sé ¿no? [Ajá... asiente LAURA] pero eso, esos son los puntos a reunir ¿no?

LAURA: -¿Cómo los identificas? al homosexual.

OSCAR: -Pues sus modismos, por su forma de hablar al hombre, por su forma de vestir muchas veces, la forma de hablar sus ademanes, al momento de hablar. ¿Y a las mujeres? Por la forma de vestir, de la vestimenta masculina, por el corte de cabello.

Los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora manifiestan ideas preconcebidas estereotipadas que surgen a partir de adscribir a las personas ciertos

atributos, características o roles, en razón de su aparente pertenencia a un grupo. El prototipo del hombre afeminado o de la lesbiana con ademanes y actitudes masculinizadas se ha mantenido como constante en el imaginario del heterosexual para identificar a las personas disidentes del sistema sexo y género, es decir la transgresión del rol de género se encuentra asociada a la “homosexualidad”. Algunos mencionan que han aprendido que no todos son así, dicha función cognitiva resulta problemática cuando opera para ignorar necesidades, deseos, habilidades y circunstancias de las personas que se traduzcan en la restricción o negación de los derechos fundamentales, por un lado, y en la jerarquización entre grupos sociales, por el otro.

OSCAR: -Dicen que se pone bien como dice el dicho- - si, si – buena música y mucho respeto en el lugar- sabes que ellos son mucho más respetuosos que la gente normal que va a un bar, si te pones a comparar a una cantina con gente homosexual a una cantina de gente heterosexual, vas a ver un mundo de diferencia, porque, porque por lo mismo de su forma de ser, ellos son un poquito más, más limpios, más expresivos en el aspecto de... educados.

LAURA: -¿Cómo conoces tú? ¿Identificas quién es gay, cuándo alguien es lesbiana?

PACO: -En si, por el momento, en el momento no, haz de cuenta, o sea muchas veces si por su vestimenta y todo eso ya te pones a oír su forma de hablar pero es muy difícil al momento, pues no, pero ya más, mas, mas como te puedo decir, un momento más cuando empiezan a pedir más cosas, o empiezan a preguntarte, no sé, por un evento, sobre una persona, empiezas a tener contacto con ella, diálogo o sea de hablar...

LAURA: -¿Cómo los distingues?

WENDY: -No es por su vestimenta tanto sino la manera en que actúan, a lo mejor si su manera de vestir, a lo mejor en su cabello te das cuenta, no me ha tocado más que como un huésped en privado así, sí que nos hemos dado cuenta que es notorio, que sea una persona que es un hombre pero totalmente convertido en mujer; pero de ahí en fuera no es que anden vestidos y uno diga mira aquel, para nada, son huéspedes como decimos amanerados pues por así decirlo de alguna manera. –ajá, que hablan diferente- sí, su tono de voz, su manera de caminar, la manera cómo actúan con la gente –como caminan? Me llama la atención- es un paso no se muy correcto, muy no sé, un hombre jajaja andan derechillos y tú ves a los huéspedes por ejemplo que no se, todo desparpajado que va corriendo, que va con su maletín, no ellos regularmente

Bajan muy limpiecitos, todos muy olorosos, con sus bolsas o sea con sus maletines bien, no, el que va bajando de CFE que va súper tarde agarra y

arranca, y muchas cosas te dan ese perfil, los perfiles, en si me han tocado esos huéspedes como ellos así.

LAURA: -¿Cómo identificas tú a una persona homosexual?

LEYLA: -A lo mejor sería por su manera de vestir, puede ser no, que a lo mejor sea un hombre que se le note demasiado que es un hombre pero está vestida de mujer, a lo mejor su manera de actuar, hay hombres muy afeminados o mujeres muy masculinas, pero eso no quiere decir que tengan, a lo mejor ya es adelantarme y se puede juzgar por su apariencia física, incluso yo ya me doy cuenta de que son mujeres o son hombres al momento de que me enseñan su credencial de elector, de que digo, ok, no es señor, es señora y muchas veces si, una vez me tocó y la verdad si me puse bien incómoda porque y yo no sabía si dirigirme a ella como hombre, porque parecía hombre y hablaba como hombre y todo, o dirigirme como venía en la credencial, porque en la credencial de elector decía que era mujer y que tenía nombre de mujer

LAURA: -Por ejemplo, de cada diez clientes que reciben, ¿cuántos perciben que son homosexuales?

CECILIA: -Pues, que se notan así a simple vista, pues que será, unos dos, de diez dos.

LAURA: -¿Cómo los identificas?

CECILIA: -Pues en su forma de ser, en su forma de hablar, es que con uno como que se destapan.

LAURA: -¿Cómo es que hablan?, ¿cómo son?, haber pláticame.

CECILIA: -Pues es que si son mujeres si se les nota, se notan más así, por lo regular cuando son mujeres casi siempre vienen en pareja.

LAURA: -Mjm.

CECILIA: -Y cuando son hombres, casi no, casi por su forma de hablar, por su forma de expresarse.

CECILIA: -Mmm pues yo creo que nomás. O sea es que nos han tocado que están vestidos de hombres y en la habitación que tienen pelucas, que tienen pinturas y nunca se ve entrar una mujer, o sea, por eso también por eso se da cuenta uno de que son homosexuales no?

LAURA: -¿Por lo que tienen en su habitación?

CECILIA: -Por lo que tienen en su habitación.

LAURA: -¿Cómo conoces tú? ¿Cómo identificas quien es gay, cuando alguien es lesbiana?

PACO: -En si, por el momento, en el momento no, haz de cuenta, o sea muchas veces si por su vestimenta y todo eso ya te pones a oír su forma de hablar pero es muy difícil al momento, pues no, pero ya más, mas ,mas como te puedo decir, un momento más cuando empiezan a pedir más cosas, o empiezan a preguntarte, no sé, por un evento, sobre una persona, empiezas a tener contacto con ella, diálogo o sea de hablar...

Los prestadores de servicios turísticos clasifican a sus clientes a partir de estereotipos convencionales de género. Reconocen y clasifican como clientes LGBTTTI cuando las personas rompen significativamente las características sociales culturalmente asignadas a las mujeres (feminidades) o a los hombres (masculinidades). Sin embargo, nuestros resultados muestran que los prestadores de servicios turísticos no reproducen acríticamente los estereotipos de género, la noción se vincula al hecho de que los prestadores de servicios aceptan, de manera pasiva, o con cierta normalización la existencia de los clientes LGBTTTI en sus espacios laborales.

4.3. CATEGORÍA 2: Significados de Sexualidad y Género

Siguiendo a Susurre se asume que “significado es una entidad mental”. Su marco teórico propone que el significado es lo inmaterial, la idea o concepto evocado en nuestra mente.

En esta categoría tratamos de definir los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora.

Debido a que la sexualidad es una parte importante en la vida de las personas, es natural que éstas tengan actitudes marcadas, complejas y diversas al respecto. No obstante, es posible que las actitudes ante la sexualidad (y la forma de vivir la misma) estén moldeadas por valores y creencias profundamente arraigados.

Todos tenemos algunos valores implícitos y explícitos que reflejan nuestra formación, educación y cultura, más amplia dentro de la que nos desenvolvemos en la vida. Los valores se relacionan con sistemas de creencias, es decir, son una serie de creencias acerca de determinados objetos y procesos. Entonces, los prestadores de servicios del estado de Sonora pueden tener un complejo sistema de creencias, de valores y actitudes, sobre la sexualidad y el género. En esta categoría analizaremos las concepciones que tienen los prestadores de servicios sobre la sexualidad, la heterosexualidad, la homosexualidad, identidades y orientaciones de género, estereotipos, prejuicios, discriminación, homofobia, violencia simbólica, evolución social hacia una integración social de la disidencia sexo-genérica. De tal manera que esos sistemas de creencias se relacionan con valores y actitudes muy específicas respecto

a la sexualidad y género y producen un discurso hegemónico del campo sexual que impacta en las lógicas de atención al cliente disidente del sistema sexo y género.

Las concepciones e identidades sexuales y de género dominantes asumen modalidades diversas, con diferentes implicaciones de poder y resistencia para las y los disidentes del sistema sexo-género.

4.3.1. Concepciones sobre Sexualidad.

Según la organización Mundial de la salud (OMS) la sexualidad humana se define como: “un aspecto central del ser humano, presente a lo largo de su vida. Abarca al sexo, las identidades y los papeles de género, el erotismo, el placer, la intimidad, la reproducción y la orientación sexual. Se viven y se expresa a través de pensamientos, fantasías, deseos creencias, actitudes, valores, conductas, prácticas, papeles y relaciones interpersonales” (OMS, 2006).

La palabra sexualidad es un grafema de amplio espectro, utilizado para describir todo lo relacionado con nuestro cuerpo (anatomía sexual y reproductiva), nuestro sexo biológico (hombre, mujer, intersexual), nuestro género (masculino, femenino, transgénero), nuestra identidad sexual (sensación de comodidad y sentimientos sobre nuestro género asignado), nuestras orientaciones sexuales (heterosexual, homosexual, bisexual), nuestros impulsos sexuales, nuestra identidad sexual; todos los anteriores elementos se relacionan con la búsqueda del placer sexual y llegando el caso con la reproducción y sin duda marcan al ser humano de manera determinante en todas y cada una de las fases de nuestro desarrollo.

Para algunos de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora sexualidad es un concepto limitado a la sexualidad como una condición sexuada, que refiere al conjunto de características biológicas que definen el espectro humano como hembras y machos; es decir, circunscriben la sexualidad a la dimensión biológica entre el hombre y la mujer.

LAURA: -¿Qué significa sexualidad? ¿Qué es sexualidad para ti?

MARLA: - Para mí, no sé, la distinción entre hombre y mujer

LAURA: -¿Qué significa sexualidad? ¿Qué es sexualidad para ti?

EVELYN: -¿Pues la sexualidad es cuando hombre y mujer?

EVELYN: -Tú como tu sexualidad es femenina, ¿algo así?

No obstante, para otros prestadores de servicios amplían ese concepto de sexualidad a otra dimensión, la dimensión psicológica y lo asocian a diferentes espectros de la personalidad del ser humano, de los gustos, de las decisiones en las relaciones sexuales, la identidad y la orientación sexual.

LAURA: -Eh... Para usted ¿Qué significa sexualidad?

FRANCIS: -Aahh...es una parte de nuestro ser de lo que nosotros somos, es un aspecto de lo que nos completa pero uno de muchas tendencias diferentes. Como te gusta la leche o no te gusta la leche, te gusta hombres te gustan mujeres...you know, te gusta esquiar, o entonces yo lo veo como una parte del ser.

LAURA: -¿Para ti qué es la sexualidad?

CECILIA: -¿La sexualidad? Pues... jejeje... pues serán las preferencias de uno. Pues eso es lo que me imagino a lo que a uno le gusta.

LAURA: -¿Para ti que significa sexualidad HR5?

PACO: -Eh, pues entra se puede decir varias aparte del género ¿no? sea hombre o mujer ¿no? pues en la sexualidad entra también aparte de las relaciones sexuales, entran las... definir, digo no...si te gustan los hombres, las mujeres, todo eso entra, así lo veo yo ¿no? aparte de las relaciones sexuales, todo eso así lo defino.

Y aún más, por lo menos uno de los prestadores de servicios conceptualiza a la sexualidad con una visión más compleja e integradora en donde la significan como la forma de vivir, de experimentar la sexualidad, de expresarla, de sentirla y de comunicarla, a través del propio cuerpo.

BEATRIZ: -Pues yo no sé, pero por ejemplo, a mí una doctora me dijo, tú tienes mucho sex appeal, tú tienes mucho sex appeal, aunque muchas veces dices, yo no soy coqueta, hay unas que tenemos más que otras y que llegas a una parte y puede estar una muchacha muy bonita pero es tanto tu sex appeal que no llama la atención como la que sí lo tiene. Para mí ese es un punto de la sexualidad ¿no? Y eso viene de que si se pone una falda, se maquilla, se ve bien.

4.3.2. Concepciones sobre Heterosexualidad.

La heterosexualidad es un término que refiere tanto a una orientación sexual como a una identidad, producto de la presencia de los ideales comunes y correctos según las instituciones que los establecieron principalmente la iglesia-judeocristiana- y la medicina, las cuales señalan que la relación correcta para la reproducción y el amor es la que se da entre un hombre y una mujer.

En general los prestadores de servicios del estado de Sonora asumen a la heterosexualidad como una relación física y/o erótica entre un hombre y una mujer, es decir conciben a la heterosexualidad como la orientación sexual de una persona que consiste sentirse atraído sexualmente por el “género opuesto”. Los prestadores de servicio reconocen a la heterosexualidad desde una visión binarista sexo-genérica.

LAURA: -Para ti, ¿Qué significa la heterosexualidad?

LUIS: Pues heterosexualidad.... es nomás al que le gusta el sexo opuesto que ¿no?

LAURA: -Aja...

LUIS: Ese es.

LAURA: -Y para ti ¿Qué es la heterosexualidad?

CECILIA: -Pues según yo...

CECILIA: -Pues es como las personas que les gustan de diferentes.

LAURA: -¿Cómo de diferentes?

CECILIA: -De diferentes, o sea a la mujer que le gusta el hombre y al hombre la mujer.

Dos de los prestadores de servicios declararon un desconocimiento del significado de heterosexualidad, no sé si los entrevistados no quisieron expresar lo que ellos entendían por heterosexualidad o realmente lo desconocía, cabe mencionar que a ambos entrevistados los considero con las competencias necesarias para poder expresar una definición de heterosexualidad; además, durante la entrevista que sostuve con ellos se mostraron participativos y “abiertos”. Entonces esta información nos remitió pensar que la identidad heterosexual es una noción relativamente nueva y por tal razón algunos de los prestadores la desconocen.

LAURA: -Para usted ¿Qué significa la heterosexualidad?

HEBERTO: -No sé.

LAURA: -Para ti ¿Qué significa la heterosexualidad?

CLAUDIA: -Pues es que cada quien es un individuo pensante y tiene sus propias toma...tiene la facultad de tomar sus propias decisiones, no sé, que fin con tu pregunta, o sea, que es lo que tú quieres decir.

Otro ejemplo del desconocimiento que existe del término heterosexual es el de Paco, un mesero de Hermosillo, manifestó una confusión entre heterosexualidad y metrosexual⁶².

LAURA: -Mmm, para ti ¿Qué significa que alguien sea, más bien para ti qué significa la heterosexualidad?

PACO: -..... Viene siendo como...

PACO: -Eso viene siendo, o sea, lo conozco un poquito, pero no, como te puedo decir. A veces me confundo, como cuando dicen metrosexual, casi agarro a golpes a quien me lo dijo jajaja pero es que si te depilas o rasuras bien, nada de eso me hago, pero él creía, como tú me acabas de decir que me veo más joven.

Los prestadores de servicios turísticos del Estado de Sonora no dicen “soy heterosexual” simplemente dicen “soy hombre” o “soy mujer”, asumiendo la naturalidad entre sexo-género y orientación sexual. Ese discurso reduccionista, propicia la construcción de espacios heteronormativos para los clientes de la comunidad LGBTTTI, lo que quizás pudiera estar limitando al cliente a disfrutar la libertad que se da en espacios que reconocen las diversas identidades sexuales. Más adelante estaremos hablando de los espacios heteronormativos y de las experiencias concretas de los clientes LGBTTTI, y así podremos correlacionar esas experiencias de los clientes con la práctica de los prestadores de servicios turísticos. Del mismo modo más adelante abordamos la “homofobia” y podremos analizar la reacción de Paco cuando alguna persona lo confunde con un metrosexual.

4.3.3. Concepciones sobre Homosexualidad.

⁶² La palabra "metrosexual" fue una creación del inglés Mark Simpson, en 1994. Según el inventor del término, el "metrosexual" es un joven con dinero suficiente para gastar, vive en metrópolis donde se concentran los mejores clubes, gimnasios, peluquerías y tiendas, su sexualidad no es un requisito importante, más bien pasa a segundo término, ya que puede ser gay, hetero o bisexual, lo que ocupa el lugar primordial, viene siendo su propia persona, que se toma como objeto de amor y placer, le dedica tiempo a su figura, a su físico y apariencia.

¿Qué es para ti la homosexualidad? Fue una pregunta que se le realizó a los entrevistados, las respuestas dieron sentido a los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios del estado de Sonora fueron que la homosexualidad era un estilo de vida, una práctica sexual, un interés erótico-emocional por alguien de tu mismo sexo e incluso se presenta el discurso hegemónico de la heteronormatividad regulado por la influencia religiosa.

4.3.3.1. Estilo de vida. El estilo de vida hace referencia al conjunto de comportamientos o actitudes que desarrollan las personas. El Glosario de promoción de la salud (O.M.S., 1999) define estilo de vida de una persona como:

aquel compuesto por sus reacciones habituales y por las pautas de conducta que ha desarrollado durante sus procesos de socialización. Estas pautas se aprenden en la relación con los padres, compañeros, amigos y hermanos, o por la influencia de la escuela, medios de comunicación, etc. Dichas pautas de comportamiento son interpretadas y puestas a prueba continuamente en las diversas situaciones sociales y, por tanto, no son fijas, sino que están sujetas a modificaciones. (O.M.S., 1999:PAG)

Si analizamos desde una perspectiva sociológica el discurso del prestador de servicio cuando se refiere a la homosexualidad como un estilo de vida, podemos asumir que es lo que él entiende por la manera en que vive una persona o grupo de personas homosexuales y esto incluye la forma de las relaciones personales, del consumo, la forma de vestir y es el reflejo de las actitudes, los valores, la visión del mundo de un individuo o grupo de individuos, o sea las “pautas de comportamiento”.

Se reconoce la existencia de una “diversidad sexual” que además se debe de respetar. Existe un discurso distante de la heteronormatividad y cercano al reconocimiento de la diversidad sexual.

LAURA: -¿Tu porque crees que exista la homosexualidad?

ROSARIO: -¿Por qué creo que exista? Porque todos somos diferentes si todos fuéramos iguales que aburrido, pues todos somos diferentes todos tenemos esa... esos gustos y hay que respetarlos, igual a mí me gusta una comida, a otros les gusta otra, a algunos les gusta una persona a otros otra.

Hay otro discurso que acepta la igualdad básica en la diversidad. Aunque el concepto de diversidad sexual no está presente literalmente, si existe su esencia. Los prestadores de servicios reconocen que existe una pluralidad de sexualidades que deben de ser respetadas.

LAURA: -¿Qué es para ti la homosexualidad?

OSCAR: -Pues, ¿qué será?... Para mí la homosexualidad viene siendo... un tipo de ... vida, diferente a las demás personas, aunque está mal que diga la palabra diferente porque todos somos iguales.

OSCAR: -Este... es un tipo de ge... de personas que viven su vida de una forma diferente a la forma heterosexual.

Encontramos en el discurso que la homosexualidad también es producto del dinero, de la clase que permite el “placer”, “lo mañoso”. El discurso que liga al homosexual con el hedonismo y con la inmoralidad.

JUAN: -Yo pienso que más bien... en el caso del hombre ¿no? Quizá la mujer también no sé, pero por ejemplo; gente que tiene mucho dinero; gente que tiene, que puede darse todos esos placeres mundanos ¿no? Que más bien se van por, lo mañoso ¿no? De tener tanto placer, que ya, como dice Sor Juana ¿no? “abusando del placer (grabación sin claridad) este, que es tanta, lo, a donde van terminan experimentando otras cosas y se van para otro lado pienso yo que en algunos casos, un gran, de las gentes que son, como le llamas “transgénero” pueden ser esas vertientes ¿no? Y, y, y ¿Cómo se da? Pues con la droga, con el dinero, con, por ejemplo: Ricky Martin ¿no? Puede ser; que tienen tanto dinero que, y que buscan tantos placeres que a la mejor terminan en otra cosa, y ya se, al rato ya se ubican “ah pues esto me gustó” ¿no? “Esto me gusto más” y ya se ubican ahí ¿no? (Ajá... LAURA) pero primero ando de novio y que, o jugando a esas; bueno, pienso yo ¿no?

4.3.3.2. Práctica sexual. La homosexualidad la subordinan a la práctica sexual y representa un conjunto de comportamientos que se realizan con el objetivo de dar y/o recibir placer.

AGUSTIN: Me ha tocado ver parejas, unos monumentos y se me antoja hacer un trío (el entrevistado sonríe).

LAURA: -¿De hombres?

AGUSTIN:-Noooooo, pareja de mujeres me ha tocado como en tres ocasiones parejas de mujeres y en una ocasión de hombres y se veía a luces que eran pareja, andaban tomadas de la mano y curiosamente cuando han llegado estas personas han sido los únicos pasajeros curiosamente, se sientan atrás de donde voy yo.

4.3.3.3. Normalidad social. Desde finales de la década de los 90 del siglo XX la concepción de homosexualidad viene atravesando una renovación absoluta de paradigmas. De considerarse la homosexualidad en sus vertientes más ortodoxas una patología o un pecado al desvincularse al matrimonio y a los fines reproductivos.

Progresivamente la hegemonía de la sexualidad se ha ido desvirtuando y la homosexualidad se aproxima a nociones más incluyentes y los prestadores de servicios manejan un discurso de “normalidad” social.

Existe el reconocimiento de la homosexualidad como una variante más de la diversidad sexual por el conjunto de prestadores de servicios turísticos. Los siguientes entrevistados hablan de una “normalización” o acostumbramiento social a la homosexualidad; incluso señalan que no se “asustan”, que “no se sorprenden”, otros enfatizan en que es un proceso de normalización y en ese marco uno de los entrevistados señala de que puede existir la homosexualidad, pero debe darse dentro de los límites de la “responsabilidad” del “respeto”.

Aún que el prestador de servicios turísticos reconoce a la sexualidad como un proceso de normalización, la homosexualidad sigue siendo en nuestra sociedad una forma de relación sexual y afectiva no normalizada debido a que aún no se consigue la convivencia de las diferencias sin que se pierdan los hechos de identidad.

MARLA: Yo creo que ahorita ya estamos muy vistos de eso pues, ya no nos sorprende o...ya no es como antes...

LAURA: ¿Qué te sorprenda que, por ejemplo?..

MARLA:-Ver a dos hombres o dos mujeres juntos, de la mano, o algo así...

LAURA: ¿Te ha tocado ver? ¿Aquí en Álamos?

MARLA: Sí, aquí en Álamos y en muchas partes donde he estado y además la televisión ya te lo está metiendo como parte de cultura pues.

LAURA: ¿Usted cree que a las personas homosexuales se les discrimine?

HEBERTO: No tanto, fíjate nosotros aquí en este pueblo, no creas que hay discriminación con el género gay o lesbiana, ya lo vemos muy normal, aprendes a vivir como el drogadicto, el alcohólico el, el, el que tengas en la familia, es lo mismo pss, es lo que yo les estaba diciendo ahorita a los de acá (señala a sus empleados). Aprendes o sea, ahorita la sociedad está muy pss, ¿cómo te puedo decir? Ya lo ve normal todo esto.

LAURA: ¿Y había burlas con él, con los demás empleados?, por ejemplo que se burlaran de él, que se rieran de él, que lo criticaran, que...

FRANCISCO: No, nunca llegó al límite de meterse en su sexualidad no? nunca se llegó al límite de que a pinchi joto o... ni eso eh, no llegó a ni bromas sobre su sexualidad, ni nada, simplemente era una persona más, normal.

LAURA: Ajá.

JUAN: Es que ee de hecho, las ee ¿Cómo te dijera? Es como si viene mi hija y me da un beso ahorita enfrente de ti ¿no? ¿De qué te vas a

sorprender? O sea aun sin embargo puede cualquier otra gente que.. Yo te dije “aquí andan mis hijas” puedes sentir evidente si le digo “oye ¿Qué paso mijita?” eee no vas a pensar que es ee (Su pareja... interviene LAURA) mi pareja o algo ¿no? Evidente. Emm como eso, pues es cuestión de que la gente se vaya acostumbrando ¿no? Y la apertura, yo pienso que ya está dada. No creo que haya mayor problema; quizás mmm es, es, es, es acostumbrarte a las cosas ¿no? Pero cuando las cosas no han sucedido y empiezan a caer, las primeras pues si van a llamar la atención pero ya después, ya va ser algo del, parte del paisaje ¿no? Del folklor, así.

LAURA: ¿Qué opinas tú de las personas que tienen relaciones afectivas y sexuales con personas de su mismo sexo?

LEYLA: Que es completamente normal, completamente normal como cuando una persona es heterosexual, siempre y cuando lleven su vida sexual responsablemente.

LAURA: Responsablemente, cuando hablas de vida sexual responsable, ¿A qué te refieres?

LEYLA: Es cuidarte, o sea si vas a tener varias parejas tener algún tipo de protección, si tienes una pareja pues serle fiel y no caer en la promiscuidad.

LAURA: ¿Qué opinas que existen diversas maneras de expresar afecto, de experimentar placer de diferentes formas a la heterosexual?

LEYLA: Por ejemplo, ¿cayendo ya en lo que es la homosexualidad?

LAURA: Ajá, ¿Qué opinas tu que haya formas distintas de expresar aunque no sea la heterosexual, o sea al hombre y a la mujer, qué opinas tú de que exista?-

LEYLA: Pues no tiene nada de malo, es afecto, mientras tú lo expreses de una u otra manera, es lo mismo yo pienso, no tiene nada de malo.

LAURA: ¿Tú que pensarías al ver a una pareja de lesbianas dándose un beso?

Cecilia: No, yo ya ahorita <deste>, ya lo vería muy normal.

LAURA: Cuando te digo este bueno, ¿Y qué pensarías de una pareja gay también dándose un beso?

Cecilia: Igual, o sea, ahorita ya, yo lo veo normal.

4.3.3.4. Desviación. Existe un solo caso frente a los anteriores, en donde el discurso hacia el acto homosexual es una desviación, porque son contrarios a la naturaleza misma de la sexualidad, cuyo fin es la entrega mutua y la procreación. Sin embargo noción de desviación oscila entre una realidad que no logra entender y un desconcierto a las preferencias sexuales hacia personas del mismo sexo.

LAURA: -¿Qué representa para usted una lesbiana?

JUAN: -Para mí no representa nada ¿no? Para mí es una persona que tiene preferencia, una tendencia hacia otra mujer, nada más.

LAURA: -Y ¿Un gay? ¿Un homosexual?

JUAN: -Ps, igual aunque yo en lo personal no, no puedo entender ¿no? ¿Cómo, cómo puede ser eso?, no lo puedo entender.

LAURA: -¿Usted no lo considera propio? Por ejemplo, ¿Lo considera algo anormal?

JUAN: -No, más allá de eso; te digo, no, es algo así como que se sale de, o sea ¿Cómo es posible que ellos tengan eso? ¿No? O sea porque yo no siento eso pero el hecho de que yo no sienta algo no quiere decir que no exista ¿no? Pero como yo no, no lo, no lo concibo ee se me hace difícil que las personas tengan esas; desvíos ¿no?

4.3.3.5. Influencias religiosas. Encontramos un solo caso de un discurso hegemónico de la sexualidad como pecado en donde la iglesia considera el comportamiento sexual humano dentro del ámbito del matrimonio y destinado de modo natural a la procreación. El ser homosexual representa, la condenación, el pecado, la desobediencia a Dios e influencia del diablo. Considero importante resaltar que Rafael es uno de los prestadores de servicios de mayor edad entre mis entrevistados, quizás por eso su discurso presentó secuelas de una cultura hegemónica influenciada por la iglesia judeocristiana.

LAURA: -¿Qué significa para usted la homosexualidad?

RAFAEL: -O sea que mira ya esas cosas, ahorita te decía yo que ante Dios es anatema, es algo tremendo, porque...hay una parte de la biblia que dice: dejará el hombre a su madre y a su padre y se unirá a su mujer y los dos vendrán hacer una sola carne. Entonces Dios le dio como ayuda al hombre a la mujer y ¿qué es eso? de que ahora hombres con hombres y mujeres con mujeres, el lesbianismo y todo eso es de que el hombre se ha degradado en el pecado por eso es que suceden todas esas cosas, pero Dios no está de acuerdo con eso.

RAFAEL: -Sí, claro definitivamente, porque sabes cómo te dije ahorita, ¿sabes lo que nos acarrea a nosotros? Condenación, sobre condenación, son maldiciones que se vienen arrastrando dice la biblia desde la primera hasta la cuarta generación; es que el hombre se ha degradado. Qué paso, LAURA, en un principio, cuando Dios creó la primera pareja humana sobre la tierra, tú conoces la historia, cuando Dios los dejó ahí el hombre. Adán y Eva, llevaban una relación buena ante Dios se comunicaba el hombre con Dios pero cuando el hombre desobedeció a Dios ¿qué paso?, el hombre se separó de Dios y no soportaba la presencia de Dios y de ahí para acá que habido pura desobediencia todos pecaron y quedaron destituidos de la gracia de Dios. Entonces de ahí para acá el hombre se ha degradado con el pecado, hombres con hombres y

mujeres con mujeres, Dios no está de acuerdo con esas cosas, eso es cosa del Diablo

LAURA: -O sea, ¿cuáles son las razones por las que Usted cree que se estén relacionando hombres con hombres y mujeres con mujeres?

RAFAEL: -El pecado.

4.3.3.6. No sabe. Así como el término “heterosexual” no está afianzado en el imaginario del prestador de servicios turísticos, el término “homosexualidad” es un tanto desconocido. Fueron dos casos que se presentaron en los cuales los entrevistados indican que no saben que es la homosexualidad. En el primer caso, creo que realmente el entrevistado no quiso responder y en el segundo, fue una sensación de vergüenza, de dificultad para expresar el tema con naturalidad la que acalló al prestador de servicios.

Aún con los avances que se presentan en las esferas de lo público y lo privado referente a la apertura en los temas de sexo y sexualidad, el conservadurismo social contiene a las personas de tal forma que hablar de esos temas produce ciertas actitudes, como por ejemplo vergüenza - que se manifiesta en una leve carcajada, o bajar el tono de voz al responder - y genera una falta de claridad al tratar este tema de interés general, de tal manera que esos temas no deberían ser abordados en una discusión pública formal.

LAURA: Para ti, ¿Qué es la homosexualidad?

FRANCISCO: -Pues, que puede ser lo... no sé.

LAURA: -Oye y para ti ¿Qué es la homosexualidad?

FEDERICO: -¡¡¡Hijuela!!! (risas)

FEDERICO: -Eso no sé

LAURA: -Pero ¿Qué es para ti?

FEDERICO: -¿Qué es para mí?

LAURA: -Si ¿Qué es? ¿Qué significa para ti?

FEDERICO: -¿Qué significa? pues...la verdad no....no sé.

4.3.3.7. Interés por a alguien del mismo sexo. Algunos de los entrevistados conciben a la homosexualidad como la preferencia, gusto o interés en una persona del mismo sexo.

LAURA: -Para ti, ¿Qué es la homosexualidad?

EVELYN: -¿Homosexual?

LAURA: -Ajá.

EVELYN: -Pues cuando tienen preferencias por tu mismo sexo ¿qué no?

LAURA: -Para usted, ¿Qué significa lo que es la homosexualidad?

FRANCIS: -Ah, yo pienso que es una tendencia, a querer a alguien del otro sexo.

LAURA: -Para ti, ¿Qué significa la homosexualidad?

JAVIER: -Ok, es simple y sencillamente una preferencia diferente en cuanto a la atracción sexual. ¿No? que se atraen del mismo sexo, ¿porqué? porque no les gusta lo contrario. Es todo, así.

LAURA: -Para ti, ¿Qué significa la homosexualidad?

LEYLA: -Pues son personas que están interesadas en personas de su mismo sexo.

LAURA: -¿Qué significa para ti que alguien sea homosexual?

LEYLA: -Personas que tienen diferentes, diferentes preferencias sexuales hacia su mismo sexo.

LAURA: -Y ¿la homosexualidad?

Cecilia: -Pues del mismo sexo.

LAURA: -Ajá. Oye y ¿la homosexualidad? ¿Qué significa para ti?

PACO: -La homosexualidad, es de que, viene de eso ¿no? Te defines por el sexo contrario, pues como le digo, si eres hombre pues te empiezan a gustar los hombres o que te gustan los hombres, igual las mujeres.

LAURA: -Bueno y ¿la homosexualidad?, ¿Qué es para ti la homosexualidad?

CLAUDIA: -Pues dos personas de un mismo género que tienen una afinidad en sentimientos ¿no?

LAURA: -Y ¿la homosexualidad?

LUIS: Pues que le gustan de su mismo sexo sea hombre o sea mujer.

Además se entiende que existe una “imposición”, un deber ser que no necesariamente es “natural”, eso habla de cierto apego a la heteronormatividad.

LAURA: -Para ti, ¿Qué significa homosexualidad?

WENDY: -Para mí, pues, que tienen otras preferencias sexuales, diferentes a las que uno por ser hombre o ser mujer nos ponen en una categoría que debes estar con una mujer si eres hombre y si eres hombre con una mujer en una relación.

En general la homosexualidad esta preconcebida en el imaginario del prestador de servicios del estado de Sonora como una relación entre personas conlleva al erotismo, al gusto, al interés a la preferencia y a la afinidad de sentimientos para alguien de tu mismo sexo.

4.3.4. Causas de la Homosexualidad.

Considero que la preocupación por buscar un origen a la homosexualidad es un reflejo de la homofobia que impregna a la sociedad; no obstante, en la actualidad existe interés científico en buscar las causas de la homosexualidad –por cierto, desconozco estudios que se preocupen en indagar porqué las personas son heterosexuales- esa incertidumbre existe en la mayoría desde la perspectiva social, creemos que lo que subyace en el fondo es todavía el deseo de intentar controlar la orientación sexual de las personas LGBTTTI. Sin embargo, creemos que la preocupación por las “causas” está cediendo a la noción de “respeto”. Aún con esa razón innecesaria de cuestionar las causas de la homosexualidad, a los prestadores de servicio de les cuestionó: ¿Cuáles son las causas de que exista la homosexualidad? Causas multifactoriales son las que expresaron los entrevistados a la existencia de la homosexualidad.

LAURA: ¿Por qué crees que exista la homosexualidad? Ahorita me hablabas de la naturaleza, hombre mujer. Pero ¿por qué crees que exista?

PEDRO: -Tengo un amigo que es doctor, con este amigo muchas veces hemos tocado el tema de la homosexualidad y lo hemos tocado, no creas que en el sentido de mofa, lo hemos discurredo de muchas maneras y obviamente que cada quien tiene una idea distinta de los porqués, y paraqués; unos hablan de violaciones que cuando estaban chamacos los violaron y esas cosas, hay otros que, otros pensamientos que dicen que creo que les faltó un cromosoma, no sé qué o algo así me habían comentado y eso por decir un nombre le hace la voz femenina y cosas de esas y ahí se va que posiblemente sean los errores de la naturaleza, pero también dicen que hay otro puño que se hicieron gays y te estoy hablando en el sentido de hombres que se hicieron gays porque les gusta...eso!! Probaron a la mujer no les gustó; este no sé, en una borrachera, vieron algo, no sé cómo les cae el click ese de: sabes qué onda me volteo y en forma personal no te puedo decir yo el porqué, yo lo único que si te puedo decir es que a mí en lo personal o sea así como los respeto yo a ellos, yo busco mi respeto en ese sentido cuando o estoy con ellos y dentro de los marcos de respeto que hemos tenido no ha pasado nada.

Los entrevistados diversificaron las respuestas tratando de dar razón del porque existe la homosexualidad. Ellos hacen hincapié en aspectos de tipo genético y hormonal; sólo uno de nuestros entrevistados emite un discurso hegemónico con tintes religiosos de que la conducta homosexual se debe a un desacuerdo entre los preceptos divinos y las

acciones de las personas. Otra de las razones que coronó la causa es que la homosexualidad es una elección voluntaria y consciente

4.3.4.1. Influencia de la figura femenina. Los entrevistados refieren que la homosexualidad es causada por la influencia que tiene la persona del núcleo familiar. Las expresiones de los entrevistados tienen influencia en la teoría conductista de la homosexualidad. Los conductistas afirman que se aprende a ser homosexual desde los primeros años de vida, según el tipo de experiencias “reforzadoras” que la persona haya tenido.

La figura materna es el principal referente para la conducta aprendida del homosexual. De igual forma el que el hijo varón conviva en la etapa de desarrollo con referentes femeninos es otra de las razones para que se den las condiciones adecuadas para que se produzca la erotización o afecto hacia las personas del mismo sexo.

LAURA: -¿Por qué crees que exista la homosexualidad?

OSCAR: -Pues mira, mucha gente dice que eso viene de los genes y todo ese tipo de cosas, tiene que ver mucho la educación, la forma en que, la forma en que, en que crecen, por ejemplo, un ejemplo, es un ejemplo que a la mejor puede, mucha gente puede diferir de mi opinión pues que el aspecto que crezca muy apegado a su mamá, que se fijan en las formas, que se siempre esté más tiempo con su mamá, tomándole las costumbres, la forma de hablar, las formas de comportarse de la mamá, como te digo, como pueden ser los genes puede ser el tipo de educación.

No necesariamente hacen suyo el discurso como discurso de verdad, esto implica una toma de distancia respecto al discurso heteronormativo.

LAURA: -¿Por qué crees que exista la homosexualidad?

WENDY: -Yo creo que, a mí en lo personal siento que es algo que se da, que se dio alguna vez y que todo mundo eligió ese patrón. Hay algo que hace que agarres esas características a lo mejor la gente con la que convives si en algún momento siempre estuviste con mujeres, podría ser....Por ejemplo que eres hombre y siempre viste perfiles de mujeres con tu mami, tus tías, tus hermanas, que no tuviste papa, no sé, siento que agarras ese perfil [...]

La expresión “no se” no es una expresión de dogma sino de apertura y respeto. No sabe las causas ni reproduce acríticamente los discursos.

Madres que tenían el deseo de tener hijas hembras y solo tuvieron varones, y el trato (educación) que se les dio a los varones por parte de la madre fue una razón para que los hijos de esa familia se “hicieran” gays.

LAURA: -¿Por qué crees que exista la homosexualidad?

JAVIER: -Mira, en mi familia hay por ambos lados hay gays, lesbianas no, pero si gays, de hecho un tío tiene 3 hijos varones y los 3 son gay. Se dice en la familia que el trato que les dio mi tía de esa necesidad de tener una hija, que nunca pudo tener, ella los encarriló a eso.

4.3.4.2. Genética. Dentro de las diferentes teorías que pretenden explicar el origen de la homosexualidad en base a factores etiológicos (aquellas basadas en la ciencia médica), encontramos un subgrupo dentro del discurso de los prestadores de servicios que pone énfasis en factores genéticos. La teoría genética postula que la homosexualidad es innata. Su origen está en los genes, siendo los principales responsables de la presencia de determinadas características asociadas a la homosexualidad. Veamos lo que nos dicen nuestros entrevistados:

LAURA: -¿Por qué crees que exista la homosexualidad?

JAVIER: -Yo creo que eso ya se trae.

LAURA: -¿Nace con eso?-

JAVIER: -Si, hay personas que lo descubren tarde y otras que lo descubren desde niños, clásico que le agarra las cosas a su mamá desde pequeño.

LAURA: -¿Por qué crees que exista la homosexualidad?

OSCAR: -Pues mira, mucha gente dice que eso viene de los genes y todo ese tipo de cosas.

LAURA: -¿Por qué crees que exista el ser humano gay, la persona lesbiana, por qué creen que existan?

BEATRIZ: -Yo pienso que hay algunas personas que si nacen así. Que traen eso de nacimiento, así como traes los ojos azules o el pelo chino, no se... [...] pero yo pienso que si hay algunos que si nacen así.

EVELYN: -Si porque hay unos que desde chiquitos se les nota y me ha tocado, yo trabajé cuidando a un niño desde chiquito, desde chiquito se le notaba, y bueno eso lo tienes que aceptar.

CLAUDIA: -Independientemente seas hombre o independientemente que seas mujer, yo siento que traen una predisposición y bueno porque no, tal vez puede haber alguna, no sé, desde, siento que es algo que ya lo traes desde que naces, no es algo con lo que tú dices me va a gustar, ya que crezcas me va a gustar, te hablo en mi experiencia personal de las personas que yo conozco, que son mis amigos, que tengo muy buenos amigos y amigas ¿no?, entonces yo siento que es algo con lo que ya vienes pero no se habían dado cuenta o es algo que traen muy reprimido.

LAURA: -Para ti ¿Qué es la homosexualidad?

MARÍA LUISA: -Homosexualidad...mmmm eeeee...creeo queeeee es algo que ya lo trae la persona, no es algo que elige y obviamente es el gusto por la persona del mismo sexo, para mí es algo muy respetable

LAURA: -Cuando dices que ya lo trae, ¿A qué te refieres?

MARÍA LUISA: -A los genes, a cuestiones genéticas, yo creo. Bueno según la biblia dice Dios hizo al hombre y la mujer, noo y ya lo demás... pero bueno yo creo que, me han tocados casos que yo digo ahhh eso es porque le gusta....porque genéticamente no se le ve nada....pero hay casos yo tengo primos que desde chiquititos, bien afeminados.

LAURA: -¿Por qué crees que existe la homosexualidad?

LEYLA: -¿Por qué existirá la homosexualidad? Yo pienso que es algo que ya se trae desde que eres niño, ya es como que algo que tu mente ya viene así, muchas te educan de una manera de que ay tienes que ser así, así, o así pero ya muchas veces tú mismo, ay no sé cómo explicarte.

LAURA: -¿Por qué crees que exista la homosexualidad?

LEYLA: -Ya vienes tú con eso, desde que naces, yo pienso; por más que a ti te inculquen algo muchas veces ya tus preferencias son de otra manera y aunque quieran meterte algo a fuerzas tal vez si se pueda pero no lo haces agusto porque es algo que no va contigo, yo pienso ¿no?

LAURA: -Y tu ¿Por qué crees que exista la homosexualidad?

PACO: -Pues, a veces de lo que uno sabe, como le puedo decir, de que, por expertos que uno ve en revistas o lee o algo, ya ve que son muchos factores, que cuando son niños que son abusados o que de nacimiento, otros pues ellos se hacen, tanto mujeres como el hombre ¿no?

El siguiente entrevistado no se apropia de su respuesta, señala que no es experto en el tema y las opiniones que expresa son de la madre, la tía, la familia en general, no expresa su propia opinión. La preocupación del entrevistado se agudiza cuando visibiliza la transgresión de género.

Cuando el entrevistado está señalando que la causa de la homosexualidad es biológica no necesariamente está siendo heteronormativo, por el contrario puede ser una manera de aceptar, de incluir dentro de una noción de “normalidad” diferente a las de su familia, su madre, sus tías que quieren “corregir” o la del señor de 70 años que lo veía como un problema moral y religioso.

ARTURO: -Pues, este, bueno te repito ¿no? No soy un experto en el tema pero... tengo entendido yo que es por la hormona femenina, este, que está, que abunda más en la persona de cada quien ¿no? Este, he oído, en, en la familia hay una persona; un primo que es gay y es muy apreciado por la familia, hasta ahorita no se ha, él, este, abierto con nadie pero obviamente

en la familia se ha platicado ¿no? Del tema y mi mamá le dice a, ps a mi tía, su hermana; le dice; ee ve y llévalo que le den un tratamiento que le, que le inyecten hormonas masculinas porque nació con más femeninas y hasta ahí es a donde yo sé cómo empieza eso ¿no? este, también he oído versiones que, que se hacen o... O que de ahí parte algo ¿no? Pero más que nada yo sí, yo si veo en la, por decir así con mi primo, desde chiquito yo veía, pues que lloraba como mujer ee que se la llevaba con puras primitas, este, yo desde, desde hace mucho que, que veía yo esa, ese cambio, () pero, era algo reservado obviamente ¿no? Simplemente lo veía y hasta ahí, si ya, ya con el paso del tiempo pues se dio eso de que, de que aunque no ha sido público con su familia; pues sí, sí lo es ¿no? Entonces, yo digo que es algo más, este ¿Cómo te puedo decir? Con lo que ya naces algo más biológico exactamente.

4.3.4.3. Por el pecado. Hasta la década de los 70's del siglo pasado y gracias a la influencia de la de la fe cristiana la homosexualidad era considerada como un acto "inmoral" asociado con el "pecado", para una gran mayoría era algo no natural, una perversión, una abominación, un afecto vil, y un gran pecado en contra de Dios. En la doctrina judío cristiana se declaraba que cualquier acto sexual debe ser entre un hombre y una mujer dentro del matrimonio.

Dentro de nuestros sujetos de estudio solo un entrevistado expreso un discurso apegado a esos preceptos.

LAURA: -¿Le ha tocado que sean personas del mismo sexo y expresen su amor en público?

RAFAEL: -¿Del mismo sexo?

LAURA: -Si

RAFAEL: -No, aquí en Álamos no, y digo que bueno que aquí no se haya degradado tanto eso porque es algo que ante Dios es anatema, es algo tremendo ante Dios yo creo que, ya ves cómo está el mundo lleno de condenación de maldiciones por lo mismo que la gente, el ser humano se ha degradado, se ha degradado tanto que eso nos ha acarriado todo lo que estamos viviendo. Por eso digo que: ¡Qué bueno que aquí en Álamos no se haya degradado tanto!

RAFAEL: -El apóstol Pablo, LAURA, decía:desgraciado hombre de mí, porque lo que hago no lo entiendo ya no hago lo que quiero hacer sino lo que quiero hacer eso es lo que hago entonces ya no soy yo el que lo hace sino el pecado que está en mí

RAFAEL: -Toda la gente que vive de esa manera sabe que la situación en la que están metidos es una situación deplorable y que Dios no está de acuerdo en ello, pero son vidas dirigidas por sí mismos, la vida, más vacía que hay es la vida dirigida por sí mismo, necesitamos pedirle a Dios que dirija nuestras vidas, para que, para mejorar nuestras vidas sin Dios se vive

una vida mediocre, una vida que no sirve, hombres con hombres y mujeres con mujeres Dios no estoy de acuerdo con eso. Hay un libro en la biblia, el libro de los hebreos, carta escrita por Pablo, capítulo 9 versículo 27 dice de la siguiente manera: y de la manera que está establecido a los hombres que mueran una sola vez y después de esto el juicio. Ahora imagínate si yo, en el caso del lesbianismo, mujeres con mujeres ¿qué cuentas le vamos a rendir a Dios? ¿Qué cuentas se le van a rendir a dios? Sin Dios se vive una vida basura y toda esa es obra directa de Satanás. ¿Sabes quién es el príncipe de este mundo? El diablo, ¿por qué crees que hay hombres con hombres y mujeres con mujeres y tanta otras cosas? Porque el que gobierna este mundo es el diablo, entonces el corazón de Adán se cerró para Dios y se abrió para todo lo que desagrada a Dios.

4.3.4.4. Por decisión personal. Algunos de los entrevistados establecen, un fuerte vínculo entre la identidad sexual y el comportamiento homosexual. Señalan que el homosexual se relaciona con parejas de su mismo sexo “por gusto” y “por una decisión personal”. Existe un discurso de aceptación y respeto hacia la disidencia sexo genérica.

LAURA: -¿Por qué crees que exista la homosexualidad?

LUIS: Pues por los gustos que tenga la persona, como dice el dicho ¿no? En gustos se rompe el género.

LAURA: -¿Tú por qué crees que exista la homosexualidad?

ROSARIO: -¿Por qué creo que exista? Porque todos somos diferentes si todos fuéramos iguales que aburrido, pues todos somos diferentes todos tenemos esa...esos gustos y hay que respetarlos, igual a mí me gusta una comida, a otros les gusta otra, a algunos les gusta una persona a otros otra.

Se expresa la sexualidad como parte de la vida, denota un discurso de respeto de aceptación a la diversidad sexual. Existe una apertura más allá de los estereotipos, hay respeto a la voluntad de estilos.

OSCAR: -Mira, como te digo, yo conozco a muchos, muchas personas homosexuales, que son amigos, que son estilistas, que vienen aquí, que son licenciados, que son doctores, como te digo, ya no está tan tapado de que el homosexual es estilista o corta el cabello, ahora no, ahora son arquitectos, contadores, son doctores, ahora diseñadores gráficos –deportistas de futbol americano- de todo, basquetbolistas, futbolistas de balompié, te digo, eso ya es como un volcán que hizo erupción, me entiendes - eso ya nadie lo para. Así es, así es, mira, cuanta gente no lo ha hecho por ejemplo muchos pensaron por ejemplo Ricky Martin de que salió del closet no sé qué, el otro cuate de Garibaldi también que salió del closet, mucha de esa gente dice es homosexual ya no voy a escuchar sus discos, ya no voy a ver sus novelas y no, la gente sigue igual, el ejemplo de Ricky Martin ahora en Viña del Mar,

hace poco, estaba lleno de hombres, mujeres, de todo, me entiendes, igual que la Gloria Trevi, como te digo, que hace sus presentaciones en shows para gays, eso no le quita que el marido no la quiera, ni que los hombres la asedien, que digamos ¡Ay qué bonito cuerpo tiene, qué chula está!, no, pero le gustan los gays, ¡ay no guácala!, no, como te digo, ya está el libre albedrío.

OSCAR: -Como te digo, a mí se me hace una cosa natural, yo no estoy en contra ni a favor, yo estoy en medio, -tu vida- es tu vida, vívela como tú quieres, gózala, disfrútala, adelante. LAURA: -¿Tú por qué crees que exista la homosexualidad?

Existe duda de porque existe la homosexualidad “quien sabe ¿no?”, no hay imposición, no hay intolerancia ni ortodoxia, o sea autoritarismo de un saber, esta humildad es indicativa a la existencia de una apertura social hacia la diversidad sexual.

ROBERTO: -Mmm... pues quien sabe ¿no? hay veces que los deseo son así y pues que vas a hacer contra de ellos? [...] pues es lo que es, y nadie debería de criticar la manera de expresar ese afecto, ese amor, porque pues es lo mismo que si vez a una pareja gay besándose con cierto sentimiento que si vez a un papa con su hijo jugando, ¿no? entonces es una manera de expresar un sentimiento, un cariño un amor... Entonces ahí esta es un hecho y no lo puedes negar.

4.3.4.5. Libertinaje, vaquetones, “les gusta la cosa”. Vaquetón⁶³ es un regionalismo se usa como calificativo a una persona que no se somete a reglas, a disciplina, que es floja; lo cual también se aplica como sinónimo de haragán, mujeriego, desobligado.

LAURA: -¿Por qué crees que exista la homosexualidad?

MARÍA LUISA: -[...] ahhh eso es porque le gusta [...] ya gustos de las personas.

BEATRIZ: -Que traen eso de nacimiento, así como traes los ojos azules o el pelo chino, no sé, pero hay unos que si son vaquetones. Que ya les gusta la cosa y se hacen ellos mismos.

LAURA: -¿Por qué existe la homosexualidad?

FRANCISCO: -Bueno no creo, el bato yo creo que era vaquetón, era su rollo [...]

LAURA: -¿Por qué crees que existe la homosexualidad?

⁶³ Para más detalles sobre el término remitirse al trabajo de Núñez (2007) *Masculinidad e intimidad: identidad, sexualidad y sida*.

MARÍA LUISA: -[...] yo creo que ya es sinvergüenza o ya gustos de las personas.

4.3.4.6. No sabe/ no tiene idea –ni le importa-.

LAURA: -¿Por qué creen que exista la homosexualidad?

La entrevista fue interrumpida por un cliente que buscaba comida para llevar

HEBERTO: -Hijuela, preguntándole a su pareja le dice ¿Cómo ves tú?

BETTY: -Es que ¡no se!, ni idea.

4.3.4.7. Por Violaciones.

LAURA: -¿Y tú porqué crees que exista la homosexualidad?

PACO: -Pues, a veces de lo que uno sabe, como le puedo decir, de que, por expertos que uno ve en revistas o lee o algo, ya ve que son muchos factores, que cuando son niños que son abusados [...].

Las causas de la homosexualidad cambian históricamente, durante largo tiempo se fundamentaban en el pecado por considerarse la homosexualidad una desviación ya que se alejaba de la principal función: la reproducción. Desde los cánones de la ciencia se asumía como una patología, hoy en día, de una manera más compleja su significado se ha ampliado, para algunos la homosexualidad se ha convertido en una cuestión de genética, situación propia de la naturaleza humana, para otros la han asociado con la elección que el ser humano de disfrutar la sexualidad en sus expresiones polimorfas y ha dado origen a un floreciente crecimiento de nuevas representaciones sexuales, o a una renovación del discurso.

Un discurso que expresa apertura y respeto hacia la diversidad sexual; hay una visión deshomofobizada que va más allá de los estereotipos, se lee un discurso que expresa respeto, que se aleja de la heteronormatividad que regula la existencia sexual y se acerca a un discurso que acepta la igualdad básica en la diversidad. Los entrevistados hablan de una normalización o acostumbamiento a la homosexualidad, enfatizan que es un proceso de normalización que se da dentro de los límites de la “responsabilidad”; es decir hay una aceptación a la homosexualidad dentro de los límites del respeto lo que de cierta forma el prestador de servicios turísticos del estado de Sonora emite un discurso de aceptación a la diversidad sexual y al placer pero con límites; existe un discurso

heteronormativo que es hegemónico, se presenta no necesariamente en sus vertientes ortodoxas de pecado o patología sino en nociones de normalidad social.

4.3.5. Identidades y Orientaciones Sexuales.

La especie humana es tan compleja y por consiguiente llena de matices, ya que no se define como algo inflexible o rígido; pues es diversa. La diversidad sexual es toda la gama de orientaciones e identidades de género que forma parte de la vida cotidiana de los seres humanos y se representa con las siglas LGBTTTI (Lesbina, gays, bisexuales, transexuales, transgénero, travesti e intersexuales). La manera como vivimos nuestro deseo sexual está vinculado con lo que somos, no es algo inamovible ni permanente a lo largo de nuestra vida, es algo dinámico y transitorio, de la misma manera que nos transformamos nosotras y nosotros mismos.

Cuando hablamos de identidades sexuales consideramos que estas se conforman con dos dimensiones: la identidad de género; si sentimos que somos hombres o mujeres; la orientación sexual; si sentimos atracción sexual hacia los hombres, las mujeres o ambos; Encontramos así una diversidad de opciones del ser mujer, del ser hombre, del relacionarse amorosamente, eróticamente, del ser homosexual, del ser heterosexual, del ser bisexual, del ser transexual, del ser transgénero, del ser travesti y como consecuencia una diversidad infinita de la combinación de la interpretación de vivir las dos dimensiones dicotómicas mujer-hombre. De la misma manera, tenemos entonces que las distintas personas nombran de diferente manera sus propias identidades. Encontramos así una diversidad de actuaciones del ser mujer, del ser hombre, del relacionarse amorosamente del ser homosexual, del ser heterosexual, del ser bisexual, del ser transexual, y como consecuencia; una diversidad infinita de la combinación de la interpretación de vivir las dos dimensiones. De la misma manera, tenemos entonces que las distintas personas nombran de diferente manera sus propias identidades.

En nuestra investigación tratamos de definir como categorizan a las personas de la comunidad LGBTTTI los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora. A continuación se muestran las respuestas a las 3 preguntas que tratan de interpretar los significados de identidad y orientación sexual que presentan los prestadores de servicios

turísticos del estado de sonora. Iniciamos con un bloque que incluye las primeras tres categorías de las siglas LGBTTTI ¿Qué significa para usted que una persona sea lesbiana? ¿Qué significa para usted que una persona sea gay? ¿Qué significa para usted que una persona sea bisexual?

4.3.5.1. Lesbiana. La relación entre mujeres se mueve entre extremos de amor y erotismo, a pesar de lo cual pocas veces se hace mención al amor que pueden contener. El amor entre mujeres se extiende desde la mejor amiga hasta la pareja amorosa, esa flexibilidad en los límites implica que las mujeres lesbianas no tienen la misma visibilidad ni aceptación social. Nuevamente se pone de manifiesto la cultura patriarcal masculina en las relaciones sexuales entre personas del mismo sexo; para que sea visible es necesario romper las expectativas de género asignadas socialmente a la mujer. Aunque solo un prestador de servicios lo expresó se puede inferir que existe un binarismo de roles sexuales y expresiones de género mujer-femenina; hombre-masculino. El prestador de servicio reconoce a su cliente lesbiana cuando su apariencia es andrógina, creando categorías en donde las etiqueta como *machorras* o *marimachas*; consideran que su apariencia es masculina y además asumen el papel de hombre o macho, reproduciendo estructuras heteronormativas y en esta situación se produce una distribución dogmática de las personas en parejas con roles opuestos, debido a que aún no se ha generalizado una forma de vida afectivo-sexual en igualdad.

PEDRO: Es que también hay diferentes categorías, como en todo no? Están la machorra, la que es hombre o mujer, muchas veces es marcado pero otras no sabe cuál es el hombre. Hay unas que son femeninas las dos y dices: ¡ay cabrón! que suave

Cuando la apariencia de la mujer lesbiana es femenina, es decir cumple con las expectativas sociales de rol de género, es productora de diferentes sensaciones y emociones, primero crea confusión en la orientación sexual y en otro sentido es motivo de provocar excitación y deseo para prácticas sexuales como tríos sexuales, en donde participan dos mujeres y un hombre y además se asume que la mujer lesbiana femenina es más propensa a que su orientación sexual se incline a la bisexualidad.

Nuestra realidad social ha cambiado profundamente en los últimos tiempos; las familias y las formas de construir relaciones erótico-emocionales también, de tal manera que podemos leer en nuestros resultados que existe un discurso entre los prestadores de

servicios de respeto, de igualdad hacia la orientación sexual e identidad de género de la mujer lesbiana y de la homosexualidad como se vio en el apartado anterior.

4.3.5.2. Gay. Algunos de los resultados muestran a la heterosexualidad como la superioridad o supremacía de la entidad homosexual, es por eso que se presentan vestigios (patriarcado, androcentrismo) de un discurso heteronormativo, con rigor histórico, en los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora. La heteronormatividad, es régimen socio-político y económico que impone las prácticas sexuales heterosexuales mediante diferentes mecanismo o representaciones de poder, como la medicina, la educación, la legislación, la religión, etc.; es precisamente en este último grupo de poder, en donde ser gay no expresa una unión complementaria capaz de reproducir la vida, y por lo tanto, contradice la esencia misma de la sexualidad.

No obstante, la heterosexualidad es una construcción cultural dentro de las relaciones de poder existentes, por lo que está en un continuo proceso de auto interpretación que da lugar a una constante posibilidad de desaparecer y/o responder a continuas transformaciones discursivas de nuestra configuración identitaria.

El discurso hegemónico de la homosexualidad que manifiestan los prestadores de servicios del estado de Sonora, se aleja de sus vertientes ortodoxos de patología y pecado y se presenta con nociones de normalidad social, naturalidad, preferencia, gusto y tolerancia.

Verbalizando los significados de los prestadores de servicio turísticos de Sonora, podemos señalar que el amor y el enamoramiento, la capacidad de amar y de sentirse amado se adjudica de forma exclusiva al sistema heteronormativo y no a una característica innata del ser humano que no está relacionada con la orientación sexual o identidad de género de una persona.

El discurso de normalidad o de tolerancia que manifiestan los prestadores de servicio se acompaña de un discurso *del sentido de los límites* de Bourdieu

LEYLA: Él (gay) puede hacer igual su vida bien y llevar su sexualidad como mejor les parezca siempre y cuando no afecte a los demás ni tampoco caiga en la promiscuidad.

Podemos observar que las concepciones de un sujeto de estudio existe una relación estrecha entre promiscuidad y homosexualidad, y pudiera ser resultado de la idea preconcebida de considerar la relación homoerótica de hombres como producto natural de la conducta sexual del hombre ya que no tiene reparos en separar el sexo de los afectos y de involucrarse en relaciones sin contemplar los sentimientos.

En nuestros resultados encontramos que cuando el hombre tiene relaciones homoeróticas con hombres en algunos casos, se les etiqueta como “vaquetones”⁶⁴ o “mariposones”⁶⁵. Y la categoría “gay” se emplea para el hombre que mantiene relaciones homoeróticas con hombres pero conserva o se apega a los estereotipos y roles de género masculinos impuestos por la sociedad. El “joto” y el “puto” son categorías que emplean para señalar al hombre que mantiene relaciones homoeróticas pero que además transgreden los estereotipos y roles de género masculino como por ejemplo hacer gestos o ademanes considerados femeninos o utilizar vestimenta de mujer.

LAURA: ¿Quién es una personas gay para ti?

CECILIA: Me lo imagino vestido de hombre. Es que fijate que yo... Si me dices joto o puto entonces digo es un hombre ya me lo imagino vestido de mujer.

4.3.5.3. Bisexual. Existe un concepción generalizada de la orientación sexual bisexual; los prestadores de servicios turísticos consideran que el bisexual es la persona que tiene relaciones eróticas –excluyen relaciones afectivas- con personas de su mismo sexo u otro sexo.

La bisexualidad es la orientación sexual de difícil comprensión, quizás sea porque vivimos en una sociedad que prefiere la monosexualidad y además nos desenvolvemos en una sociedad normativizada estructurada a través de binarismos (heterosexual-homosexual) que jerarquizan el pensamiento por tanto la bisexualidad irrumpe, en los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos de Sonora, como elemento disruptivo, no sólo devuelve su categoría de

⁶⁴ Se usa como calificativo a una persona que no se somete a reglas, a disciplina, que es floja; lo cual también se aplica como sinónimo de haragán, mujeriego, desobligado
<http://www.significadode.org/vaqueton.htm>

⁶⁵ Coloquialmente se les denomina así a los hombres afeminados u homosexuales que mantiene relaciones amorosas frecuentes pero poco duraderas.

existencia al otro polo del binario sino que además despliega una amplia gama de opciones posibles.

Se percibe que la ambigüedad de la bisexualidad suscita angustia en las personas y que existe una presión social para que los bisexuales se decidan plenamente por hombre o mujeres por considerar que los bisexuales son personas indecisas hacia uno de los polos de la orientación sexual, la heterosexualidad o la homosexualidad.

El hecho de que unas personas se inclinan más hacia las relaciones sexuales o sentimentales en donde se sientan atraídas o enamoradas de alguien de su propio sexo u otro sexo es consideradas como “indefinidas” y/o “indecisas” o inconstantes en sus afectos. Así que los bisexuales tienen doble trabajo, combatir los prejuicios por no ser heterosexuales y también los prejuicios por no ser homosexuales.

En el mismo sentido, encontramos la concepción de que las prácticas sexuales de las personas bisexuales son inseguras e inestables por lo que fácilmente pueden fomentar la pandemia del SIDA.

EVELYN: De los dos, ese se me hace peor a mí.

LAURA: ¿por qué dices que se te hace peor?

EVELYN: Me pueden decir soy gay, aaah pues ni modo, pero bisexual no, o eres hombre o eres mujer.

En el entrevistado existe una necesidad de que la personas bisexual se defina, antepone un deber “ser binario” (es hombre o mujer; es gay o lesbiana)

JUAN: Yo ahí, si no lo veo muy bien, siempre he pensado que debes ser definido, o eres o no eres, ¿verdad? Es persona que no se termina de definir.

WENDY: Es una persona que le gustan los dos, los hombres y las mujeres: que no tiene una orientación sexual definida, igual pueden estar con una mujer como con un hombre.

En general existe aceptación a la bisexualidad. La visión de la sexualidad se limita a ser descriptiva, lo que refiere a un nivel de aceptación; los entrevistados no muestran espanto o condena, más bien cierta sorpresa.

A continuación presento los discursos que me hicieron llegar a las anteriores conclusiones.

	1.3.1 Lesbiana ¿Qué significa para usted que una persona sea lesbiana?	1.3.2 Gay ¿Qué significa para usted que una persona sea gay?	1.3.3 Bisexual ¿Qué significa para usted que una persona sea bisexual?
MARLA	<i>Pues una mujer con otra, ¿no?</i>	<i>Un hombre con otro</i>	
FRANCIS	<i>Yeah, la lesbiana es la persona que le gustan las mujeres</i>		
ROBERTO	<i>Una lesbiana pues es una mujer que le gusta una mujer</i>	<i>El gay pues un hombre que le gusta un hombre</i>	<i>Que de los dos ¿no? que le gustan los dos, los hombres y las mujeres</i>
HEBERTO	<i>Que le gustan las mujeres ¿no?</i>	<i>Que le gustan los hombres ¿no?</i>	<i>Que le gustan los dos LAURA ¿Qué los dos qué?, Pues que le gustan los dos los hombres y las mujeres</i>
EVELYN	<i>Pues la mujer y la mujer que ¿no?</i>	<i>Hombre y hombre.</i>	<i>De los dos, ese se me hace peor a mí. LAURA: porque dices que se te hace peor? EVELYN: Me pueden decir soy gay, aahh pues ni modo, pero bisexual no, o eres hombre o eres mujer. BEATRIZ:A mí el bisexual como dice ella no? son como esos que están casados, tienen a su familia, sus hijos y su mujer pero le entra el lado el otro, y está con otro hombre y luego vuelve con la mujer, entonces yo pienso también que por eso hay sida. LAURA: ¿Y si no estuviera casado? ¿Qué no tuviera familia? BEATRIZ: Pues igual, anda con mujeres y</i>

			<i>con hombres.</i>
<i>LUIS</i>	<i>Las que le gusta la mujer</i>	<i>Pues un gay es el que le gusta otro hombre.</i>	<i>El bisexual el que le gusta pues el hombre y mujer, dependiendo de quien sea, ¿no?</i>
<i>PEDRO</i>	<i>Es que también hay diferentes categorías, como en todo no? Están la machorra, la que es hombre o mujer, muchas veces es marcado pero otras no sabe cuál es el hombre. Hay unas que son femeninas las dos y dices: ¡ay cabrón! que suave</i>	<i>El gay no sé, podría ser igual, yo creo que también, aunque no es tan notorio, la mujer se trata de vestir como hombre y todo el rollo y el gay pienso yo es normal, se viste normal, como cualquier otro hombre pero ahí no sabes quién es quién, es lo que he notado.</i> <i>Al rato mariposón y yo, se estaban besando y yo pues no es bar gay, no somos un bar gay, aquí se permite que bailen que bromeen juntos pero ya que se besen y que se empiecen hacer cosas ya más allá no lo permito, ¿por qué? porque no es un bar gay. El bato yo creo que era baquetón, era su rollo, era un señor divorciado, ya mayor, de bienes y raíces.</i>	
<i>CLAUDIA</i>	<i>Pues para mí así a secas es una persona que le guste otra mujer.</i>	<i>Es una persona a quien le gusta un hombre</i>	<i>Pues son personas que no tienen bien definido su preferencia sexual, para mí. Ja ja ja ja ja ja ja ja</i>

<p><i>PEDRO</i></p>	<p><i>Bueno no, no bueno (se siente un pequeño tartamudeo) nunca me he puesto a pensarlo en ese sentido y... te digo... cometo el error de todos... yo escucho nada más, me dicen: a mira ella es lesbiana y digo a órale es lesbiana y tan, tan, se acabó; no me pongo a investigar__ (Interrumpí su discurso y no pregunte qué es lo que se debía investigar y peor aún no pregunte cual es el error de todos)</i> <i>LAURA: Y ¿cómo las visualizas tú a las lesbianas?</i> <i>Pues hay unas lesbianas muy guapas (un gesto de picardía expresa su rostro) esa es la bronca hay mujeres que son lesbianas que vienen muy guapas y hay otras niñas que si se visten como hombres... y, y... pues traen a su pareja o su muchachita que cargan y ellas...</i></p>	<p><i>(pausa de aproximadamente 3 segundos) El gay pues se, digo dentro de la cultura que tenemos, pues se da mucho o sea... por la forma de comportarse y como se dirige para con las demás personas y como hablas y los ademanes y todo ese tipo de cosas pues o sea, finalmente caen en eso, lo catalogan en ese sentido, a mí no me consta de todos los que yo conozco sé que son gays porque muchos hablan conmigo y dicen ah mi novio!!!, mi pareja!!! O lo que sea a pero si, o sea es en el sentido de que como ellos se dan a conocer en ese sentido.</i></p>	<p><i>No, no, no, no en general, mira a nosotros y ahí te va... y no lo voy a decir en el sentido de empresa sino en el sentido personal y en el sentido de la gente que trabaja conmigo creo que todos son de mente muy abierta, todos inclusive tengo una muchachita que yo creo que no se define la caraja porque eeee igual llega y le planta un beso a un hombre y le planta un beso a una mujer pero o sea, casa quien lo suyo.</i></p>
<p><i>ROSARIO</i></p>	<p><i>Pues una mujer que siente atracción por otra mujer</i></p>	<p><i>Mmm un hombre que tiene atracción por otro hombre</i></p>	<p><i>Que tiene atracción por las dos</i></p>
<p><i>FEDERICO</i></p>	<p><i>eeh... para mí, pues la verdad una persona que son del mismo sexo...mujer y mujer..</i></p>	<p><i>Igual, un hombre con hombre...</i></p>	<p><i>El bisexual pues la verdad eeh... (Risas)</i></p>
<p><i>JUAN</i></p>	<p><i>Es muy notorio, por su comportamiento, por su vestimenta.</i> <i>LAURA ¿Es diferente?</i></p>	<p><i>Gay, igual, el hombre que tiene la atracción por el hombre, el que admira al hombre, al</i></p>	<p><i>Yo ahí, si no lo veo muy bien, siempre he pensado que debes ser definido, o eres o</i></p>

	<p>Bueno, vestimenta, a que te refieres, porque hay lesbianas...</p> <p>JAVIER: Generalmente cuando llegan en pareja, una se identifica mucho en su vestimenta, no sé si te has fijado en eso, generalmente una asume el rol de hombre</p> <p>Para ti ¿quién es una persona Lesbiana?</p> <p>JAVIER: Una mujer que tiene atracción por las mismas mujeres.</p> <p>LAURA: Y ¿Cuál es tu opinión de una lesbiana? ¿Qué opinas tú cuando ves a una mujer lesbiana?</p> <p>JAVIER: Nada, yo tengo muchas amigas lesbianas, súper bien con ellas, como tengo muchos amigos gay también.</p>	<p>que le gusta, el que disfruta.</p>	<p>no eres, ¿verdad? Es persona que no se termina de definir.</p>
JUAN	<p>Para mí no representa nada ¿no? Para mí es una persona que tiene preferencia, una tendencia hacia otra mujer, nada más.</p>	<p>Ps, igual aunque yo en lo personal no, no puedo entender ¿no? Cómo; cómo puede ser eso, no puedo entender esa desviación.</p>	
ARTURO		<p>Pues, digo, no tengo mucho conocimiento en cuanto a ese, a ese punto que me estas preguntando. El gay es una persona que le gustan los hombres.</p>	<p>Le gustan los dos, los dos sexos ¿no?</p>
OSCAR	<p>Fíjate que yo no tengo significado de la palabra lesbiana, para mí los géneros, para mi</p>		

	<p><i>todas las personas son iguales, cada quien tiene sus gustos por las cosas y yo la veo cómo te dije al principio, como una persona normal, como a ti te gustan los hombres, a mí me gustan las mujeres, así todos somos iguales, no entiendo porque hay gente que cataloga y diferencia a las personas sabiendo que todos somos iguales, yo no entiendo eso.</i></p>		
<p><i>LEYLA</i></p>	<p><i>Pues que es muy su decisión y sus gustos, no tiene nada de malo mientras no afecte a los demás todo bien</i> <i>LAURA: Oye, ¿y cuando afecta a los demás HH2?</i> <i>LEYLA. Mmm No se</i> <i>LAURA: ¿Cuándo sientes tú que afecta a los demás?</i> <i>LEYLA: A lo mejor pudiera afectar a los demás como en cualquier relación pues, ya si por ejemplo si nomás la otra persona ya tiene otra pareja y estar así nomás interponiendo o algo a lo mejor y si, a lo mejor ahí ya afectaría que a lo mejor la persona ya tenga una pareja establecida, incluso hasta del sexo contrario y que a lo mejor, no sé, eso ya</i></p>	<p><i>Pues gay son las personas a las que les gustan los hombres, hombres que les gustan hombres.</i> <i>LAURA: Y qué piensas del gay?</i> <i>LEYLA: El puede hacer igual su vida bien y llevar su sexualidad como mejor les parezca siempre y cuando no afecte a los demás ni tampoco caiga en la promiscuidad.</i> <i>LAURA: Seguimos hablando de afección a los demás que se metan a una pareja-</i> <i>LEYLA: Ajá, así es o que por ejemplo que no se cuiden, de ser promiscuos y cosas así y que anden pegando enfermedades y cosas así.</i></p>	<p><i>Son personas que pueden, son versátiles, pueden estar tanto con hombres como mujeres.</i></p>

	<i>podiera afectar a terceros.</i>		
<i>MARÍA LUISA</i>	<p><i>Una persona lesbiana bueno el término que manejamos comúnmente es de mujeres que les gustan mujeres.</i></p> <p><i>LAURA: ¿Y qué opinas de que existen mujeres que les gustan las mujeres?</i></p> <p><i>MARÍA LUISA: Es lo mismo, es cuestión de gusto de genes, no hay mucho que decir en relación a eso, respetarlos simplemente como personas, respetar sus gustos y sus preferencias. Siempre y cuando yo como mujer siempre y cuando no me afecte a menos en lo personal, porque me ha tocado ir a lugares gays, antros gays, con amigos y esteeee yyyyy sé que al estar ahí me expongo a que se me acerquen y me digan coas y pss yo voy con la mentalidad de que estoy expuesta a eso y esteee pero si yo creo que si hay respeto está todo bien.</i></p> <p><i>LAURA: ¿Qué es ofenderte o faltarte al respeto?</i></p> <p><i>MARÍA LUISA: Por ejemplo si yo les digo sabes que no soy heterosexual, pss que sigan insistiendo que</i></p>		<i>Mjmjmjmjmj (risa) como la palabra hombre y mujer que le gustan los hombres o las mujeres</i>

	<p><i>sigan, que se sobrepasen que busquen un acercamiento físico... eso para mí es falta de respeto</i></p> <p><i>LAURA: Eso mismo sucede cuando o actúas de igual manera si es un caballero, el que está insistiendo?</i></p> <p><i>MARÍA LUISA: A lo mejor no lo sentiría como una ofensa porque es hombre y pss yo soy heterosexual pero si me iba a molestar pero de otra manera de una forma más no seee solo enfadar.</i></p>		
<i>CECILIA</i>	<p><i>Pues es la mujer ¿no? Que le gusta otra mujer</i></p> <p><i>LAURA: ¿Y qué piensas, qué opinas?</i></p> <p><i>CECILIA: Pues igual, respeto sus sentimientos y sus gustos</i></p> <p><i>LAURA: cuando te digo yo lesbiana, ¿qué es lo que se te viene a la mente? ¿Qué te imaginas?</i></p> <p><i>CECILIA: Pues a una pareja de mujeres.</i></p> <p><i>LAURA: pero físicamente ¿cómo te la imaginas? Te digo lesbiana, ¿qué es lo que formas en tu mente, que imagen formas?</i></p> <p><i>CECILIA: Pues yo las veo normal, yo me imagino a otra mujer y en cambio cuando dice</i></p>	<p><i>Mm Pues es el hombre ¿no?</i></p> <p><i>LAURA: El hombre...</i></p> <p><i>CECILIA: El hombre que le guste otro hombre.</i></p> <p><i>Y si te digo gay?</i></p> <p><i>CECILIA: Me lo imagino vestido de hombre.</i></p> <p><i>Es que fijate que yo... Si me dices joto o puto entonces digo es un hombre ya me lo imagino vestido de mujer.</i></p>	<p><i>El que le gustan los dos, el hombre y la mujer.</i></p>

	<p><i>marimacha jajaja pues ya me la imagino pero vestida de hombre.</i></p> <p><i>LAURA: O sea, lesbiana tú te la imaginas mujer.</i></p> <p><i>CECILIA: Mujer, mujer y machorra o marimacha me imagino ya a la mujer...vestida de hombre</i></p>		
<i>PACO</i>	<p><i>Pues es que, o sea, este, dos mujeres se puede decir, del mismo sexo.</i></p>	<p><i>Eeh pues dos hombre, que le gustan los hombres</i></p>	<p><i>Pues de las dos, que no se define, tanto la mujer como por el hombre.</i></p>
<i>WENDY</i>	<p><i>Son mujeres que les gustan mujeres, son las mujeres que presentan esa característica. Me parece, bueno para mí no es un tabú, me parece algo normal si yo veo a alguien en la calle tanto a un hombre como a una mujer en ese aspecto junto como pareja pues yo no soy alguien que critique yo siento que ya es algo que no debe de existir, verlas raro, es algo normal.</i></p>	<p><i>Una persona que le gustan los hombres, un hombre</i></p>	<p><i>Es una persona que le gustan los dos, los hombres y las mujeres: que no tiene una orientación sexual definida, igual pueden estar con una mujer como con un hombre.</i></p>

Seguimos con el siguiente bloque de preguntas mismo que incluye las siguientes categorías de identidades: transexual, transgénero y travesti de las siglas LGBTTTI; ¿Qué significa para usted que una persona sea transexual? ¿Qué significa para usted que una persona sea transgénero? ¿Qué significa para usted que una persona sea travesti?

4.3.5.4. Transexual. El empleo del término transexual para describir la condición de las personas que se identifican con una identidad sexo-genérica distinta a la esperada por el

discurso dominante. En algunos casos las personas transexuales desean realizar un *cambio de sexo*, es decir, que anhelan someterse a tratamientos médicos y quirúrgicos para modificarlos rasgos de su anatomía que los identifican como miembros de un sexo y acercar su apariencia fisiológica a la identidad de género con la que se identifican.

Existe un desconocimiento casi general de la identidad transexual en las concepciones identidad de género de los prestadores de servicios turísticos del estado. De las 18 expresiones de nuestros sujetos de estudios, solo tres tienen una idea cercana a lo que es la identidad transexual. Algunos manifiestan desconocer a que hace referencia el término otros tienen una idea aproximada asociada a lo transgénero, o a lo travesti, y otros si lo saben, aunque suelen identificar a la mujer transexual no al hombre transexual.

Muy pocos prestadores de servicios homologan la identidad gay con la identidad transexual. Pensar en representaciones hegemónicas de la sexualidad proyectadas en una “maquinaria binaria del deseo” que produce discursos y a su vez sujetos en donde se presenta a la heterosexualidad como un hecho obvio y a su binarismo la homosexualidad, corona a la identidad gay en el epicentro de cualquier otra identidad sexual; y conlleva a permanecer en la obscuridad, en el silenciamiento a las comunidades marginales y en una batalla permanente por la visibilidad ante la sombra de la identidad gay.

Debido a que la categoría "gay" ha minimizado u ocultado otras experiencias de la diversidad sexual existe un desconocimiento generalizado de algunas de las diferentes categorías de diversidad sexual y se lo atribuyo a la imposición binaria de la sexualidad como forma de identidad plasmada con base en el sexo anatómico (biológico) que desconoce otros componentes como género (social) y erotismo (atracción por el otro).

Existe una asociación con “vestirse” como el otro sexo y lo asocian con lo transgénero o lo travesti. Cuando las personas no nos parecen definidas claramente como hombres o como mujeres, ni como masculinos o femeninos, ni como heterosexuales u homosexuales, se disgrega de nuestra concepción binaria de la sexualidad, y se escapan de nuestras categorías de sexo, de género o erotismo y nos conduce a la exclusión social y política de las personas cuya sexualidad no concuerda con la determinación anatómica o biológica del sexo.

4.3.5.5. Transgénero. Algunos de los prestadores de servicios del estado de Sonora tienen una idea aproximada e identifican a la mujer transgénero, su vestimenta, maquillaje o apariencia física etc. Sin embargo les es más difícil identificar al hombre trans.

Pocos de nuestros sujetos de estudio lo iguala a la identidad transexual ya que señala que la persona recurre a cirugías o tratamientos médicos para transformar su cuerpo a la identidad de género que le corresponde y asumen que es una identidad innata. Uno de los entrevistados explica la identidad transgénero como aquella “corriente” o transición que va desde la transexualidad al travestismo. La teoría del “cuerpo equivocado” es parte de las referencias de las identidades transgénero, dos de los prestadores de servicios describe a las personas transgénero como aquellas personas cuyo sexo mental o identidad de género, el sentido interno de ser hombre o ser mujer, es diferente del sexo asignado por el médico al nacer. Asimismo, también podemos encontrar en uno de los discursos una idea apegada al sentido de la identidad transgénero y refiere que son personas cuyas expresiones de género incluidos sus comportamientos o apariencia, difieren de las expectativas sociales sobre los roles del sexo asignado al nacer.

4.3.5.6. Travesti. La creencia tradicional de que la persona travesti es que la identidad de género que tiene relaciones eróticas con personas de su mismo sexo biológico, se difumina en cierto sentido, ya que asumen que el travesti es la persona de determinado género biológico que utiliza la vestimenta socialmente asignada al género opuesto y lo hace por diferentes motivos como las representaciones dramáticas, el transformismo e inclusive el fetichismo y no necesariamente implica que a la persona le interesa mantener relaciones homoeróticas con personas de su mismo sexo biológico, aunque si está presente dentro de sus representaciones o imaginarios de la identidad travesti.

La idea generalizada de los entrevistados cuadró, con la creencia tradicional de la persona travesti de que es la persona de determinado género biológico que utiliza la vestimenta socialmente asignada al género opuesto y lo hace por diferentes motivos. Al igual que al transgénero a la persona transexual suelen identificar a la mujer travesti no al hombre travesti.

	1.3.4 Transexual ¿Qué significa para usted que una persona sea transexual?	1.3.5 Transgénero ¿Qué significa para usted que una persona sea transgénero?	1.3.6 Travesti ¿Qué significa para usted que una persona sea travesti?
MARLA:	<i>¿Transexual? No sé...</i>	<i>No se</i>	
FRANCIS	<i>Well, es lo mismo que transgender? es como convirtiéndose del uno al otro. - aah ok, pues no se para mí siempre, lo pongo en este pero no sé si es correcto...like, que se está convirtiendo del uno al otro.</i>	<i>Well, es lo mismo que ttransexual</i>	
ROBERTO	<i>Pues es el que se viste de...de mujer o de hombre...</i>	<i>El que en realidad su cuerpo puede ser de hombre o de mujer pero lo que él siente en su interior es opuesto a eso, ¿no? busca de alguna manera ir formándose ¿no? para poder estar bien consigo mismo</i>	
HEBERTO	<i>No se</i>	<i>No se</i>	
BEATRIZ	<i>BEATRIZ: No se BEATRIZ: El que se viste de mujer ¿no?</i>	<i>¿El transgénero? Que no es el desde que naces ¿no?</i>	<i>BEATRIZ: El se pintaba la ceja, se pintaba como una mujer, desde pestaña postiza y todo. BEATRIZ: El hombre que se viste de mujer. Yo pienso que la mayoría de travestis son homosexuales, yo pienso, ¡ no sé!</i>
LUIS	<i>Pues el transexual es el que se viste de mujer si es hombre o viceversa ¿no? Por ejemplo las muchachas que te digo que han venido, vienen y pues se mira</i>	<i>Pues ese la verdad no se cual es...</i>	

	<i>que se visten como hombres y que traen a la pareja que me imagino que también es lesbiana pero viene vestida de mujer, entonces para mí el transexual es por ejemplo la muchacha que se viste como hombre pues.</i>		
<i>FRANCISCO::</i>	<i>Pues es el que conocí, ese chavalo, transexual... es cuando se cambian de género no.</i>		
<i>CLAUDIA</i>	<i>Bueno, el transgénero es el que se operó ¿no?</i>	<i>Bueno, el transgénero es el que se operó ¿no?</i>	
<i>ROSARIO</i>	<i>Ahí si ya me agarraste en curva...</i>	<i>No se</i>	<i>Más o menos los tengo identificados un travesti puede ser una persona que si les guste el sexo opuesto pero le gusta convertirse en otra persona</i>
<i>FEDERICO</i>	<i>El transexual es el...que le gusta andar con los dos? o no, es el otro verdad?? El transexual es el gay no?...es la misma pues.</i>		
<i>JAVIER</i>	<i>Bueno, el transexual es el que hace el cambio de sexo, ¿no? que lo puede hacer de diferentes maneras, químico, quirúrgico o al inicio de eso que es el travesti.</i>	<i>JAVIER: Bueno, el transgénero es una corriente que va entre el travestismo y el transexual, ¿no? JAVIER: Mira, son personas que tienen el valor de demostrarle a las personas el yo interior que tienen, porque hay muchas</i>	

		<p><i>personas, hay algo que si a mí me cae muy mal en los gays, el gay tapado, el que se casa, engaña a una mujer y a sus hijos toda su vida diciéndoles que es algo que no es, que tiene que ocultar esas salidas y esos encuentros, en cambio, el que se viste, el que lo demuestra tiene unos pantalones muy canijos</i></p>	
<p><i>JUAN</i></p>		<p><i>JUAN: Pues, transgénero (se repite a él mismo) o sea el, el, el como dicen: el, el que se cuelga el aretito (Y suelta una risa) o que se pinta las uñas ¿Cómo le llaman? Eee “metrosexual” ¿no? JUAN: Sí, de hecho me toco un caso aquí en el San Carlos Plaza ¿no? Estaba.. una gente; como, hay dentro del hotel, hay unas concesiones ¿no? Son unos espacios donde tú puedes vender ropa, o puedes vender, no sé; y contrata a una de las gentes esa, contrata a un, a un homosexual y pero lo veías tú y lo veías como, como mujer ¿no? Y él se, se pintaba y se</i></p>	

		<p>arreglaba; pero, y, era evidente que era hombre ¿no? Entonces, este, ese, ese fue uno de los casos el que, porque él se salió; le dijeron: “¿sabes qué? Pues tienes que usar, estos baños” ¿no? Entonces, imagínate.</p>	
ARTURO	<p>Tengo entendido que el transexual es el, que le gustan los, los hombres ¿no? Se... que le gustan los hombres ¿no?</p>	<p>No, realmente te, te mentiría si te digo que no entiendo, no entiendo lo que es</p>	<p>Es, ahora sí que es el que se viste, el hombre que se viste de mujer ¿no?</p>
LEYLA	<p>Pues son personas que se, que nacieron en cuerpo equivocado, que nacen pensando y sintiéndose como mujer pero a lo mejor en cuerpo de hombre, o viceversa no?y que pues se hacen operaciones y se visten para tratar de verse como ellos realmente se sienten por dentro</p>	<p>Son los que se hacen las operaciones ya no, por ejemplo los hombres que se senos o se cortan, es algo así</p>	<p>El travesti, pues se viste como mujer pero ya muy exagerado ya cuando se procesa más y que anda con peinados muy exagerados y maquillaje muy exagerado, las uñas, y toda su indumentaria.</p>
MARÍA LUISA	<p>No sé, tengo confusión en eso, sé que hay personas que deciden hacerse cambio de sexo y ese es el transgénero y el transexual, es una persona que.... hay no se....</p>	<p>Los que se cambian de sexo</p>	
CECILIA	<p>Transexual, es se me a figura que es como que también por temporadas le gustan las mujeres y otro</p>	<p>Ay dios, esa sí que no me suena</p>	

	<i>tiempo le gusta el hombre.</i>		
<i>PACO</i>	<i>PACO: Transexual, es el que se viste como mujer no? LAURA: Lo que tu pienses que es el transexual. PACO: Es lo que le decía, que se viste.</i>	<i>... Eh... me confundo no se</i>	<i>El que se viste como mujer, ajá, pues eso</i>
<i>WENDY</i>	<i>El que se cambió de sexo por ejemplo una mujer que se hizo hombre o al revés un hombre que se hizo mujer</i>	<i>El transgénero, ese sí que no lo he escuchado mucho, no tengo noción de ese concepto</i>	<i>Es el que sigue siendo hombre pero se pone un vestido de mujer, como los cómicos que hacen imitaciones, pero no pierden esa identidad de hombre su cuerpo sigue siendo el mismo perfil de un hombre. Qué opinión tienes? Pues la verdad nunca he platicado con alguien que sea travesti e echo ni siquiera estoy segura que su orientación sea homosexual o que. Por ejemplo aquí me toco atender a la señora presidenta, Gonzalo vega un actor que se convierte totalmente en mujer y el señor viene con su esposa y es una muñequita entonces me imagino que para el vestirse de mujer es solo un trabajo.</i>

4.3.5.7. Intersexual. Por último exponemos los discursos de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora, al preguntarles:

¿Qué significa para usted que una persona sea intersexual?

ROBERTO: -Y...el... ¿cuál es ese? (risas)

JAVIER: -No lo había escuchado pero supongo que viene siendo algo así como indefinido aún, ¿Cómo un hermafrodita?

LEYLA: -No, intersexual no sé qué es.

LEYLA: -¿Es cómo hermafrodita? Hermafrodita sí, tengo entendido que es cuando nacen con los dos sexos no se sabe si es hombre o si es mujer pero no tiene bien desarrollado ni uno ni otro

CECILIA: - NO, no sé quién es ese.

WENDY: -El intersexual: nunca lo he escuchado... creo que es el hermafrodita si pero exactamente no sé qué es.

La intersexualidad es un término poco conocido entre los entrevistados. A la persona intersexual la conocen erróneamente como hermafroditismo (palabra compuesta por el representante de la masculinidad Hermes y la belleza femenina Afrodita)

En una sociedad compleja como la actual, no se puede hablar de una identidad única e inmutable sino que más bien se debe hablar de una pluralidad de ámbitos de identificación. Consideramos que la visibilidad pasa, entre otras cuestiones, por la identidad. En el caso de los varones, su mayor visibilidad ha supuesto una mayor represión pero a la vez un cierto reconocimiento de su condición, lo cual a su vez crea identidad. No hay manifestación cultural, política o actividad comercial en que la visibilidad masculina no sea mucho más fuerte que la femenina y si tomamos en cuenta que otras de las identidades sexuales de las tres t's (transgénero, transexual, travesti) se apegan a lo femenino, en nuestra cultura misógina son arrojadas también por la sombra de la invisibilidad.

4.3.6. Estereotipo de Género, Prejuicio, y Discriminación

Las representaciones hegemónicas constituyen diferentes estereotipos, un ejemplo de ello es el de familia: padre (hombre), madre (mujer) e hijos; formar una familia bajo los

factores naturales y un sistema binarista sexo genérico: macho – hembra, masculino femenino. En la actualidad, las luchas ideológicas y sociales nos han conducido a una transición de modelos hegemónicos heteronormados a modelos polimorfos y flexibles que están relacionados con la búsqueda del placer personal.

En este nuevo modelo cada persona tiene derecho a elegir con quien desarrollar su sexualidad. Existe la posibilidad de que en esa transición ideológica se vislumbre la existencia de estigmas que marcan al otro como diferente. La sexualidad y el género que se sustraen a la heteronormatividad pueden convertirse y revelarnos la existencia de un prejuicio. El prejuicio que implica que las personas prejuzguen, usualmente de manera negativa a grupos de personas que pertenecen a un grupo o categoría. El prejuicio no solo refiere a una opinión o creencia sino también a una actitud, que incluye sentimientos como desprecio, disgusto o rechazo; en la mayoría de los casos este tipo de formas de pensar en la cual fundamentalmente priman los prejuicios se encuentran muy están vinculadas a la discriminación.

De este modo, el estigma se pone de manifiesto en tres aspectos de comportamiento social: Los estereotipos en los que se incluían estructuras de conocimientos que son aprendidas por la mayor parte de los miembros de una sociedad; vienen a representar el acuerdo generalizado sobre lo que caracteriza a un determinado grupo de personas, sin embargo, el que una persona tenga conocimiento de un estereotipo no implica necesariamente que esté de acuerdo con él. Cuando se aplican y se experimentan reacciones emocionales negativas (malestar, vergüenza, ira, repugnancia, miedo, etc.) y a partir de ello, se están poniendo en marcha los prejuicios sociales; esto viene siendo en parte una concepción negativa hacia un grupo y sus miembros individuales, que se ponen de manifiesto en forma de actitudes y valoraciones, las cuales en última instancia pueden dar lugar a la discriminación efectiva que implica un trato desfavorable o de desprecio inmerecido a determinada persona o grupo.

En la categoría concepciones de sexualidad y género, tratamos de identificar diferentes elementos de análisis, estereotipo de género, prejuicio sutil y manifiesto y discriminación. Cabe mencionar que en los conceptos de prejuicio sutil y manifiesto no encontramos evidencias diferenciadas que indiquen la presencia de esta división de concepto, por lo que reorganizamos el código y solo presentamos resultado de prejuicio.

4.3.6.1. Estereotipo de género. Cuando hablamos de estereotipos de género nos referimos a la generación de expectativas o suposiciones sobre un individuo basadas en sus pertenencias a un grupo o una categoría, e influyen en la manera en que las personas nos ven e interactúan con nosotros. Es decir, al conjunto de ideas preconcebidas que utilizamos para analizar e interactuar con otros hombres y mujeres les llamamos estereotipos de género.

Uno de nuestros hallazgos es que los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora, es que la orientación sexual de las personas la determinan a partir de las concepciones de los estereotipos de género.

Las y los entrevistados, identifican al gay y a la lesbiana a partir de su transgresión de género, esto es usando como estructuras cognitivas el sistema de homologías del patriarcado.

Existe una clara visibilidad que permite la identificación de las identidades sexo-genéricas gay y lesbiana haciendo alusión a los conceptos de masculinidad y feminidad; se sostiene una división básica que corresponde a la división sexual básica de comportamiento de hombres y mujeres.

LAURA: -Oye EVELYN, y ¿Qué le notabas al niño?

EVELYN: -La preferencia por ejemplo de las muñecas, el color rosa, cosas que un niño... nada de carritos, luchitas, nada de eso, todo, todo el niño era más cariñoso, era como una niña haz de cuenta

LAURA: - Oye, y ¿cómo las identifican? A las lesbianas.

JAVIER: -Es muy notorio, por su comportamiento, por su vestimenta.

LAURA: -¿Es diferente? Bueno, vestimenta, ¿a qué te refieres, porque hay lesbianas?

JAVIER: -Generalmente cuando llegan en pareja, una se identifica mucho en su vestimenta, no sé si te has fijado en eso, generalmente una asume el rol de hombre

LAURA: -Este, ¿las identificas por la vestimenta? Es lo más.

JAVIER: -La indumentaria, todo el outfit es lo que las identifica.

A la mujer lesbiana se le identifica por tener cabello corto, no usa maquillaje, su expresión es “fuerte”, “hombruna”, portadora de ropa que socioculturalmente se le da carácter “exclusivo para el caballero”, como *levis* (pantalón de mezclilla) y cinto de baqueta y además le suman a la identificación de la lesbiana la complexión robusta.

ROBERTO: nos dice:

LAURA: -Ahorita me decías que llegan a tu café gente de todo tipo.... Me dijiste que llegan personas gay, bisexuales, eh, lesbianas... ¿Cómo los identificas? ¿Cómo identificas que alguien es gay, que alguien es lesbiana?

ROBERTO: -Mmm...Pues hay la manera en cómo te piden las cosas, como se comportan, como hablan... si es muy amanerado, la manera de ser de las personas o en las mujeres en sus personalidades que no es muy común ver a una lesbiana muuuuy cambiada, muuuuy arreglada ¿no? como el estereotipo de la mujer no? siempre ya ves que son con el cabello corto, o más robustas o la manera de expresarse son más fuerte...y hay veces que no, ni te das cuenta.

LAURA: -¿Cómo identificas cuando un cliente es gay o cuando una clienta es lesbiana? ¿Cómo te das cuenta?

FEDERICO: -Pues mucha gente...la lesbiana por ejemplo en la forma de vestir, luego la forma de que es, muy hombruna o algo y ya pues el gay ya es su forma de ser también pues, aquí casi nunca ha venido un gay vestido de mujer ni así, pero si han venido que se le noten sus facciones ¿no?, como hablan y eso.

BEATRIZ:-Por ejemplo el 4 de julio vinieron dos muchachas y se les notaba completamente que eran lesbianas, pero así no se, una manera, una pelona con aretes (pirsin), tatuada, un levis como de hombre, con el cinto como que colgando de baqueta; y la otra como que más, también se le notaba pero como que más delicada. Yo las atendí, que ellas creían que aquí era la oficina y las llevé hasta la oficina y aquí es y eso, que amable y que no sé qué, -eso le decían la pareja de mujeres, por la atención recibida- todo normal. Pero igual no tuvieron ningún acercamiento ellas ni nada, nomás se les notaba mucho.

LAURA: -Ajá. Y lo notabas por la ropa...

BEATRIZ:-Y por la forma ajá, no sé, como que se nota algo, se nota...

LAURA: -¿Qué es ese algo que notas?

BEATRIZ:-Pues no sé, como que...

EVELYN: -La manera de ser a lo mejor.

BEATRIZ:-Ajá y muchas veces aunque sean grandotes o que estén gorditas o algo..., se nota que son mujeres, pero ellas no.

BEATRIZ:-Porque yo tengo una pariente... mas ruda a lo mejor, algo así, tengo la hija de una prima mía y <deste>, se le nota a ella, nunca ha dado de que si sea lesbiana, pero haz de cuenta no se pinta.

EVELYN: -Siempre anda en camisola y pantalón.

BEATRIZ:-Se viste de una manera que te hace pensar de que si es verdad, pero nunca nos ha dicho nada.

EVELYN: -Luego también se junta con puros hombres, ella siempre ha tenido puros amigos hombres y sabe. Si porque hay unos que desde chiquitos se les nota y me ha tocado, yo trabajé cuidando a un niño desde chiquito, desde chiquito se le notaba [...]

El hombre *gay*, lo consideran como un hombre afeminado que por lo regular siempre andan un poquito más ajustados en su vestir. En su forma de moverse, hablar, o en sus “modos” se les reconoce que tienen otras tendencias. El origen de este estereotipo pudiera ser en gran parte porque a los homosexuales “de closet” que no están haciendo alusión pública de su orientación sexual, la gente los reconoce por comportarse de forma afeminada, entonces automáticamente se vuelve un pensamiento colectivo. O quizás, considerar al hombre *gay* como afeminado sea producto de un pensamiento androcentrista dado que si a un hombre le gusta otro hombre, a uno de los dos lo visualizan como mujer.

LAURA: -Ajá...oye y ¿cómo los distingues a tus clientes? ¿Cómo sabes qué son LGBTTTI?

LUIS: Pues en su...en su vestimenta se les nota

LAURA: -¿Por ejemplo el hombre?

LUIS: El hombre pues por lo regular siempre andan un poquito más ajustados, eh... y pues en sus, como se dice, en sus modos, como se mueven, se les nota pues así y cuando hablan también pues se nota que tienen otras tendencias...

LAURA: -Y ¿las mujeres?

LUIS: Y las mujeres pues lo mismo, por lo regular, unas muchachas pues ahora sí que se visten así con pantalón y la camisa así...o sea se miran como...como hombres...se visten como hombres...

La mayoría de los prestadores de servicios manifiestan el estereotipo de que los hombres homosexuales actúan en forma similar a las mujeres, mientras que las mujeres homosexuales actúan un poco como los varones. Sin embargo, éste es un criterio muy limitado para identificar a los *gays* y a las *lesbianas*, ya que el tipo de conducta asociada a cada género en realidad no tiene nada que ver con la preferencia sexual; de igual modo, los movimientos afeminados en hombres, y los movimientos masculinos o bruscos en mujeres, tampoco son en absoluto un indicador fiable de la identidad sexual de las personas. Con lo anterior podemos reforzar la idea de que los estereotipos son construcciones simbólicas asumidas como verdades y no leyes de la naturaleza respecto a lo que es una mujer o un varón. Y ese binarismo de sexo, que conlleva a un binarismo de género, implica que las identidades *Trans* (*transexual*, *transgénero* y *travesti*) quedan a la sombra de la identidad *gay*.

LAURA: -¿Cómo identificas cuando un cliente es homosexual?

MARÍA LUISA: -Psss nada más, digamos los que son afeminados o su tono de voz, a una lesbiana difícilmente la identificamos porque es más normal que dos mujeres se den muestra de cariño, ya después por comentarios que no deberían de existir por ejemplo del room service nos damos cuenta que vio cosas, pss ya te enteras, que pss eran lesbiana. Aquí lo identificamos por la apariencia de como caminas como hablas y nada más.

Encontramos que a la mujer transgénero no se le reconoce su identidad como persona trans sino que se le asocia desde la categoría de identidad gay.

LAURA: -¿Cómo identificas cuando un cliente es gay o cuando una clienta es lesbiana? ¿Cómo te das cuenta?

FEDERICO: -Pues mucha gente...la lesbiana por ejemplo en la forma de vestir, luego la forma de que es, muy hombruna o algo y ya pues el gay ya es su forma de ser también pues, aquí casi nunca ha venido un gay vestido de mujer ni así, pero si han venido que se le noten sus facciones ¿no?, como hablan y eso.

Otro hallazgo importante que la forma en que algunos prestadoras dejan claro que no hay un signo físico que identifique a una persona como persona LGBTTTI; es decir, el estereotipo o comportamiento de un cliente no son patrones de comportamiento suficiente para asumir que una personas tiene una identidad sexual distinta a la heterosexual. Esto puede parecer una obviedad, pero a las personas que mantienen dentro de sus amistades a personas LGBTTTI les es más sencillo reconocer a las y los clientes disidentes del sistema sexo y género. Y no tienen una explicación concisa en que estribe ese reconocimiento, simplemente se lo atribuyen a la convivencia.

LAURA: -Y ahora que vino este grupo de Chihuahua que venían en grupo y venían en familia y venían parejas, gay eran?

CLAUDIA: -Si.

LAURA: -¿Te tocó verlos tomados de la mano, dándose una muestra de afecto?

CLAUDIA: -No, pero obviamente conviven entre ellos, estuvieron bañándose, estuvieron conviviendo con otra gente.

LAURA: -¿Cómo te diste cuenta que estaban aquí, te lo comentaron o los viste pasar? Te digo porque normalmente no estás en recepción, pues estás aquí, es que es... mmm.

CLAUDIA: -Yo creo que lo puedes percibir o lo puedes notar ¿no?

CLAUDIA: -Cuando vienen en parejas que son homosexuales, eh, será porque tengo amigos que ya conozco más o menos cómo son, cómo actúan. Ja ja ja ja ja

En otro sentido podemos señalar que encontramos que de manera frecuente el uso de estereotipos se emplea en sentido negativo, esto para señalar y estigmatizar a ese conjunto de características compartidas entre grupos del colectivo LGBTTTI; no obstante, también podemos encontrar estereotipos que pueden considerarse ejemplos a seguir o modelos aspiraciones de bienestar o estilo de vida.

Al gay, se le adjudican adjetivos calificativos muy favorables, asumen que tienen un sentido de la imagen y de la estética fuera de lo normal; se le reconoce como una persona limpia y que su vestimenta es impecable. Veamos:

EVELYN: Pues yo te puedo decir que tengo un amigo que estudia en la nor..., él trabaja en la SEP y pues él es gay y pues él es impecable y <deste> y nunca anda vestido de mujer ni nada, pues bien vestido de vestir pero pues habla...amanerado. El empezó a llegar como cliente del hotel, se venía a desayunar y se hizo así como amigo, ya viene a saludarme y cómo estás y pues me cae bien a mí él.

LAURA: -¿Cómo los identificas?

CLAUDIA: -Jajaja pues la verdad son muy bien cuidados en su persona, andan todo el tiempo, en sus posibilidades de cada quien, pues muy limpios, muy arreglados. Su forma de dirigirse a uno es diferente a la de un hombre... ja ja ja ja ja. No es lo amanerado, si no que creo que tienen una forma muy particular de dirigirse a uno, no es igual, igual y cuando están enojados, están enojados y cuidado no?, se enojan, pero creo que por mi experiencia de tener bastantes conocidos yo creo que te vas dando cuenta.

Notamos que los estereotipos que se pueden reconocer como negativos y resultan ser motivo de aversión, mofa, burla y desprecio por parte de la sociedad.

EVELYN: [...] es que estuvo así, haz de cuenta que la fiesta estaba en la calle, en la banqueta estaba la música y así, estaba el cumpleaños era hombre y pues la mayoría de los que estaban ahí eran hombres y pasa el muchacho ese y, y pues como típico gay escandaloso grita del carro, ¡muchas felicidades! y todos los hombres empezaron iiiiiuuuuu, y el otro cállense, cállense que se vaya a la... y todos: ¡el pinchi joto!, y empezaron ahí todos a burlarse .

Un par de entrevistados señalan, que las personas LGBTTTI no tienen interés por ajustarse a las normas sociales en las que se desenvuelven. Lo que se puede convertir en un prejuicio que puede nutrir una resistencia a brindarles un servicio.

WENDY: -Quiero hacer un paréntesis y decirte que las personas LGBTTTI muchas de ellas son personas que durante su estancia nos han causado problemas, como por ejemplo una discusión entre la pareja lesbiana fue muy notoria, todo mundo se dio cuenta, llegaron a quebrar algunas cosas,

un cuadro en la habitación. Y eso no me ha sucedido con personas consideradas heterosexuales. También mucho relajo, son muy liberales, son personas que no les importa mantener el orden del lugar en donde estén.

Encontramos también nociones que refieren al prestigio de un lugar como “buena imagen” y actúan como filtros ideológicos sobre el placer, la exhibición y el cuerpo.

FRANCISCO: -En Peñasco no hay un fregado bar gay, ha habido dos y los dos han cerrado a los tres cuatro meses, ¿por qué? porque no se mantienen.

LAURA: -Mjm ¿Por qué crees que cierren?, ¿por qué no se mantienen?

FRANCISCO: -Mira, lo que pasa es que bueno yo pienso que los gays se dividen en muchos géneros, como hay unos muy, muy corrientes, hijo de la chingada que dices tú estos cabrones valen madre, no dan buena imagen y aparte son unos escandalosos, son un pinche desmadre [...] hay otros que si ya ni han vuelto aquí porque tenía unos tubos antes y se la llevaban arriba de los tubos, parecían chicles los cabrones...

Dos de los entrevistados señalan que el gay tiene una personalidad “apasionada” pero no en el sentido del afecto o aficionarse con exceso a alguien o a algo. Sino asociado con la acción de “padecer”, “sufrir” y los “celos”. Su perspectiva se encuentra estrechamente vinculada a un comportamiento más emocional que racional. Veamos:

JUAN: -Si, lo que pasa es que, bueno; tenemos la reserva ahí con la gente ¿no? Porque, te llega aquí de todo ¿no? Ee puede ser que ee que se venga a hospedar el, el, el esposo ¿no? Y traiga su amante (Mjm... LAURA) ¿Y? se vale; yo no soy quien para decirle con quien va o con quien no. Y si es casado o no, o sea a mí no me interesa, ese es un asunto personal; pero luego viene la esposa y te dice: “quiero, quiero entrar a fulana habitación” ee o; permítame le voy a llamar. ¿Por qué? Porque tenemos que tener la sensibilidad de evitar problemas en las habitaciones porque puede ser hasta algo drástico inclusive recibíendote a ese tipo de personas aparte de pasionales, son muy ee, a mí me ha tocado los casos de; en Obregón ¿no? Yo soy de Obregón, que ahí se agarran y un caguamazo en la cabeza y así resuelven sus problemas ¿no? “te fuiste con el otro” ¿no? Y eran pareja; “te fuiste con el otro” lo agarra y palo cabr... con una caguama pero llena y ¡lo mata! O sea así resuelven sus, son pasionales pues.

LAURA: -¿Se refiere a parejas del mismo sexo, qué así resuelven; ya sean hombre o mujer?

JUAN: -No sé una mujer, pero me ha tocado a los hombres ¿no?

En ciertos casos los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora, en ciertos casos vinculan esta idea con la violencia y la violencia es un acto que ninguno experimentar en sus centros de trabajo.

Laura: -Y ¿No había ningún problema, ni conflicto?

CLAUDIA: -No, no, duraron trabajando con nosotros 4 años, (empleado gay) entonces no es así como que, ay que susto, ay que esto, ay que lo otro, igual sé que tienen más problemas hormonales que nosotros porque una relación es como que casi se cortan las venas, por eso te digo, he conocido más el mundo, le decía oye que te está pasando, no me estás rindiendo, es que tengo problemas con.... Y un problema y se querían morir y casi cortar las venas y todo.

Dos de los entrevistados reconocen al gay como el afeminado y el hombre homosexual deja de ser la mofa, la burla y son considerados como hombres profesionistas, trabajadores como cualquier otra persona de tal forma que se le da un matiz de seriedad. A lo largo de este trabajo de investigación hemos visto como hay un discurso de respeto hacia la diversidad sexual, siempre y cuando las personas LGBTTTI respeten sus comportamientos a los preceptos de formas de comportamiento socialmente aceptados.

FRANCISCO: -En Peñasco no hay un fregado bar gay, ha habido dos y los dos han cerrado a los tres cuatro meses, ¿por qué? porque no se mantienen.

LAURA: -Mjm porque crees que cierran, ¿por qué no se mantienen?

FRANCISCO: -Mira, lo que pasa es que bueno yo pienso que los gays se dividen en muchos géneros, [...] son gays cabrones son muy respetuosos, uno ni piensa que son gay, pero uno sabe, ahí andan en parejita y la fregada pero con más educación. [...] realmente creo que la educación tiene mucho que ver. Si a lo mejor hay unos que sí, tienen dinero y se comportan mejor pero hay otros que no tienen dinero y también se portan muy bien. Son educados, vienen y bailan a todo dar, no se meten con nadie, ellos andan en su rollo, la gente los saluda, los conocen y no pasa absolutamente nada [...]

LAURA: -¿Cómo identificas cuando un cliente es gay o cuando una clienta es lesbiana? ¿Cómo te das cuenta? ¿Cómo decides si es o no es?

ARTURO: Hay una, hay una pareja gay que viene y son clientes de aquí, nos traen muchos, muchos clientes, son... arman eventos ellos [Ajá...

LAURA] y ya ves que las personas ee gays son muy dadas, a, a, son muy creativos, pues a, a tener ese feeling a moverse, son muy movidos, son muy inteligentes y, y la verdad están bien, se ven, se ven bien, los vez y dices tú: “pues no son” pero de repente hacen cosas las cuales dices “ah caray” pues son pareja ¿no? Pero, pero pues no, o sea la gente los ve a ellos con mucho respeto como que ya son conocidos y, así los ve uno también ya.

En todos los hallazgos de estereotipos hacia la identidad gay podemos concluir que en la mayoría de los prestadores de servicio se presentó con alta frecuencia que existen estereotipos de género que se adjudican a la identidad gay, seguido de los estereotipos para las lesbianas. Al contrario del resto de las identidades disidentes del sistema de sexo y género no se manifestaron expresiones que los estereotipen por pertenecer la comunidad LGBTTTI. Además en general coexisten estereotipos positivos con estereotipos negativos. ¿Qué retos presenta esto para el desarrollo de una atención de calidad?

4.3.6.2. Prejuicio. El prejuicio no solo refiere a una opinión o creencia sino también a una actitud, que incluye sentimientos como desprecio, disgusto o rechazo; una vez que los estereotipos se apropian del *habitus* del prestador de servicios se genera una actitud suspicaz u hostil hacia una persona que pertenecen al colectivo LGBTTTI, por el simple hecho de pertenecer a dicho grupo, y a la que, a partir de esta pertenencia, se le presumen las mismas cualidades negativas que se adscriben a todo el grupo.

LAURA: -¿Has recibido clientes dentro de esa diversidad que tú identifiques como gays, como lesbianas, como transexuales?

FRANCISCO: -Si, pero básicamente uno conoce a los... por ejemplo, una vez, hace unos 6 ó 4 meses, un viernes un señor grandote y al final unos shots y nosotros ya está cerrado pero la mesera me dice muy buen consumo, dos servicios bla bla bla, claro que si le dije, ahí se los llevó, por la casa van, no se los voy a cobrar, pero tómatalos conmigo que la fregada. Al otro día, estaba beso y beso con un cabrón allá arriba, era un señor de Monterrey, grandote, vaquerón y dices, hasta miedo ¿no?

LAURA: -¿Miedo a qué?

FRANCISCO: No sé solo miedo. El bato yo creo que era vaquetón, era su rollo, era un señor divorciado, ya mayor, de bienes y raíces, que yo conocí por otro amigo de bienes y raíces, aquí gringo también, ya viejo, pero yo no sabía.

En el párrafo anterior podemos leer que existe un prejuicio hacia la bisexualidad, el desconcierto de no cumplir con el estereotipo de género produce miedo y el miedo desencadena un prejuicio que pudiera acabar en discriminación.

Cuando el prestador de servicio asume que la persona identidad gay se “adquiere” desde pequeño puede ser más “tolerable”, sin embargo cuando se cree que se adquiere

una identidad sexual distinta a la heterosexual en una edad adulta esa situación ya es rechazable.

EVELYN: -Si porque hay unos que desde chiquitos se les nota y me ha tocado, yo trabajé cuidando a un niño desde chiquito, desde chiquito se le notaba, y bueno eso lo tienes que aceptar, pero ya que sean hombre y que a sus 30 o 40 años se conviertan en gays eso ya no me parece. [Mueve su cabeza desaprobando que un hombre sea homosexual a los 30 -40 años) es pura vaquetonada].

Las actitudes hacia la identidad bisexual, son de las más desfavorables dentro de la diversidad sexual, resaltando el miedo y la desaprobación moral; una de las razones puede ser a la concesión de homologías sexo-genéricas de solo identificar si eres hombre o eres mujer; afirmar fervientemente que los bisexuales están confundidos “pero le entra el lado el otro, y está con otro hombre y luego vuelve con la mujer” “pues igual, anda con mujeres y con hombres”. Otro juicio de valor más severo es cuando afirman que la práctica bisexual es promotora para la transmisión del Síndrome de Inmune Deficiencia Adquirida (SIDA)

EVELYN: -Un bisexual, de los dos, ese se me hace peor a mí. Me pueden decir soy gay, aaah pues ni modo, pero bisexual no, o eres hombre o eres mujer.

BEATRIZ:-A mí el bisexual como dice ella. Son como esos que están casados, tienen a su familia, sus hijos y su mujer pero le entra el lado el otro, y está con otro hombre y luego vuelve con la mujer, entonces yo pienso también que por eso hay sida.

LAURA: -¿Y si no estuviera casado? ¿Qué no tuviera familia?

BEATRIZ: Pues igual, anda con mujeres y con hombres.

En el mismo sentido, algunos de los entrevistados señalan que el gay y/o la práctica homosexual es promotora para la transmisión de Enfermedades de Transmisión Sexual (ETS). No obstante, se denota que existe aceptación y respeto hacia las personas LGBTTTI por parte de los prestadores de servicios siempre y cuando no sean promiscuos; entonces el prejuicio es hacia la promiscuidad.

LAURA: -Oye y para ti ¿quién es una persona gay?

LEYLA: -Pues gay son las personas a las que les gustan los hombres, hombres que les gustan hombres.

LAURA: -¿Y qué piensas del gay?

LEYLA: -Pues igual que la lesbiana, que él puede hacer igual su vida bien y llevar su sexualidad como mejor les parezca siempre y cuando no afecte a los demás ni tampoco caiga en la promiscuidad, por ejemplo que no se

cuiden, de ser promiscuos y cosas así y que anden pegando enfermedades y cosas así.

El prejuicio de que la disidencia sexo genérica esconde en potencia un riesgo como ser un pedófilo; es decir, una persona que se “aprovecha” o comete abuso de niños, además de un violador. Este prejuicio está “alerta” que no logra eliminarse del todo aunque haya avanzado el discurso del respeto y la inclusión o la “normalización” refleja un cierto miedo, ignorancia, con la no heterosexualidad muy antigua y está detrás de la mayor exigencia de que los gays “muestren” “educación”, “respeto” etc.

LAURA: -¿Qué opinas de las personas LGBTTI?

CLAUDIA: -Pues adelante ¿no? Es como tú quieras vivir tu vida, pero si me da un poco de coraje o mucho coraje cuando esas personas tratan de aprovecharse de la situación.

LAURA: Mjm.

CLAUDIA: -O sea, tratan de vivir una apariencia para conseguir algo.

LAURA: -Ajá, ¿cómo qué?

CLAUDIA: -Pues ya sabes que se está dando mucho lo de la violación de los niños, la violación de las niñas, entonces cuando ves en las noticias algo así de que era la tía, pero no era la tía era el tío y estaba abusando de ella o de él, entonces dices tú bueno, vayan y consíganse gente de su misma edad, o no, de su mismo entorno, no tienen que estar agrediendo a los menores.

Algunos de los entrevistados consideran que el colectivo LGBTTTTI son libertinos y esa concepción es razón válida para negarle derechos, como la posibilidad de adoptar hijos. Además se cree que el ser gay es una conducta aprendida, si un menor convive con gays su sexualidad será orientada hacia una identidad sexual distinta a la heterosexual.

El límite a la aceptación de la disidencia sexo genérica que en párrafos anteriores expresaba en la adopción o la posibilidad de tener hijos a su guaria y custodia.

LAURA: -¿Creen ustedes que las personas lesbianas tengan los mismos derechos que las personas heterosexuales, que las lesbianas y los gays?

EVELYN: -No, eso de que adoptan bebés, no estoy de acuerdo con eso. Porque desde chiquitos el niño crece con una mentalidad de más libertad, más libertinaje con más libertinaje pues. Le enseñan así como, por ejemplo si el niño es hombre, o sea si crece con unos papás gays pues se va a ir por ese lado así.

LAURA: -Ajá, ¿tú crees que tengan los mismos derechos? Un gay que una persona hetero.

FRANCISCO: -SI.

LAURA: -¿Que puedan adoptar hijos, que puedan casarse, que puedan este?...

PEDRO: -El de los hijos ahí sí, si se me hace difícil, si se me hace difícil porque bueno, no es nor... Para mí, no es normal, el niño también imagínese a la escuela que lo lleven, o sea, dirán tu papá y tu mamá, y son dos papás, depende, siento yo que deben estar muy educados las parejas que adoptan los niños para que tengan mucha asesoría al momento de criar al niño y todo ese rollo, ahora con el bullying que hay por todos lados que está de modo también, o sea siento que, aparte ahí si no lo vería normal porque no sé qué mañas tengan también.

LAURA: - ¿De poder adoptar?

PACO: -De adoptar no, ahí no estoy de acuerdo.

LAURA: -¿Por qué no?

PACO: -Ahí se me hace algo muy delicado, ahí no porque esos que como te puedo decir, si yo decido ser así, pues ya tengo la de ganar, van a afiliarse a mi pareja, voy a casarme por el civil y otras garantías que están adquiriendo pero en cuestión de adoptar a un niño, ese niño, cuando esté grandecito y entienda o va a razonar un día, imagínate que va a ser muy difícil para el niño yo. Por ejemplo, yo una vez le comenté a un licenciado que estaba platicando, le dije: no es que está bien, ya es grande, usted tiene nietos, le va a gustar, si su hijo y su nuera mueren, le gustaría que lo adoptaran, es la misma, o sea, está bien que los adopten a los niños, que sea normal se puede decir, una pareja de un hombre y una mujer.

Lo siguiente es otro ejemplo que demuestra, que existe aceptación, respeto y tolerancia pero con límites.

LAURA -Oye y aquí por ejemplo, ¿te ha tocado ver a dos hombres tomados de la mano, aquí en el restaurante?

FEDERICO: -No, si me ha tocado que se ven medio raritos, todo bien pero que no se besen pero no que se besen.

LAURA: -Me vuelves a comentar que a las personas LGBTTTI las ves como personas normales.

MARÍA LUISA: -Yo creo que sí, o sea para nosotros, creo que una persona normal es hombre mujer o una relación normal es hombre –mujer y ya te sales de eso y eres gay pues es anormal.

Hay un discurso de igualdad y de aceptación que incluye el reconocimiento a casarse pero no a la adopción por diferentes razones en las que persiste el miedo y quizás un sentido de protección a los menores por pensar que pueden sufrir bullying e incluso “convertirse” LGBTTTT.

4.3.6.3. Discriminación. La discriminación es hacer distinción en el trato por motivos arbitrarios como el origen racial, el sexo, el nivel socio económico, etc. Este concepto se basa fundamentalmente en el principio de igualdad. Todos debemos ser tratados por igual independientemente de nuestras diferencias. Entonces, discriminar es separar, diferenciar o excluir a alguna persona, tratarla como un ser inferior, o privarle de derechos por ciertas características físicas, por sus ideas, por su religión, por su cultura, por su identidad sexo- genérica, por su nivel socio económico etc. “La discriminación es la negación del ejercicio igualitario de libertades, derechos y oportunidades para que las personas tengan posibilidades iguales de realizar sus vidas”. (CONAPRED, 2014)

Desde el ámbito sociocultural la discriminación se manifiesta con actitudes de desprecio, rechazo e intolerancia hacia personas o grupos de personas; se fundamentan sobre los prejuicios negativos. Estas conductas tienen como efecto limitar los derechos y las libertades fundamentales de las personas a quienes se está discriminando y disminuyen sus oportunidades de desarrollo. En ese sentido y con el enfoque socio antropológico de nuestra investigación reconocemos que la discriminación se manifiesta: al dar un trato diferencial que vulnere los derechos de una persona o grupo por ser una persona disidente del sistema sexo-género; manifestar actitudes de menosprecio e intolerancia hacia alguien debido a su pertenencia al colectivo LGBTTTTI que se concibe como diferente; crear un ambiente hostil y humillante hacia una persona o grupo en razón de estereotipos sexo genéricos.

Antes de iniciar a desmarañar los significados de sexualidad y género que involucran valores y actitudes que por razón de sexo y género remite al tratamiento desigual y ventajoso de una persona o un grupo de persona, negándoles un derecho o un beneficio material o simbólico, veamos el significado de discriminación que tienen los entrevistados.

4.3.6.4. Concepto de discriminación. La generalidad de los entrevistados manifiesta que la discriminación es el no aceptar, el rechazar, el hacer “sentir menos”, el no “tragarse”, el perjudicar, el tratar mal a alguien por ser o comportarse diferente a uno mismo.

LAURA -¿Qué es para ti la discriminación?

MARLA: -Pues no aceptar algo y hacerlos sentirse menos, tacharlos de algo y así

LAURA -Y ¿discriminación?

LAURA -¿Qué significa para ti?

ROBERTO: -Que no los aceptan, o que los corren de ciertos lugares, o no son bienvenidos, o las personas lo rechazan.

En la lectura anterior es importante observar cómo se refieren a “otros” el pertenecer a la comunidad LGBTTTTI y por ello ser discriminados, no es una situación que les pueda ocurrir a ellos o ellas.

LAURA -Qué es para ti la discriminación?

FRANCISCO: -Pues pienso yo que es el momento cuando no puedes ni hablar con un gay o no los pasas simplemente, no los tragas.

LAURA -Amm ¿para ti que es la discriminación, Oscar? (Adelante ee Oscar...pausa)... te preguntaba que si para ti ¿qué es la discriminación?

ARTURO:-Pues esa, ese rechazo hacia la persona ¿no? De, del género que, que estamos hablando ee pues la carrilla, el “no me quiero sentar contigo”, el “no puedo estar aquí conviviendo con él”, el “no voy a salir con él” porque es de ese género o “porque tiene esta enfermedad”. Pues básicamente la palabra rechazo es, es, es...

LAURA -¿Qué es para ti discriminación?

LEYLA: Tratar mal a alguien nomás por su color de piel, por sus preferencias, por su religión, porque no es igual a las tuyas.

LAURA - Para ti ¿qué significa la discriminación?

CECILIA:-Mmm... Pues... este... Discriminación es que los alejen de la sociedad, que no los acepten.

LAURA -¿Qué es para ti discriminación?

WENDY: -Para mí la discriminación es que no se le trate a alguien igual por tener algún aspecto diferente a los demás, como por ejemplo algo que no ves todos los días, como vendría siendo no sé por ejemplo, el racismo, por el nivel económico sería, más que otra cosa, el que si eres de algún color, si vienes de una religión, te encasillan en una categoría y por tenerte ahí te tratan de cierta manera y no debería de ser así.

Con esas definiciones de “discriminación” que nos presentan los y las prestadores de servicios turísticos 1) rechazo, 2) no tragar, 3) tratar mal, 4) no aceptar, 5) la carrilla etc. puede ser muy difícil que ellos entiendan que se está discriminando en la medida que se refieran a tonos o formas de rechazo y no a la negación de derechos.

4.3.6.5. Discriminación por género. Los estereotipos de género vulneran los derechos humanos porque son fuente de discriminación en contra de aquellas personas que no calzan con el paradigma de la construcción simbólica sobre los atributos de lo femenino y lo masculino en un contexto dado. La discriminación se sustenta en gran medida sobre los estereotipos que se han ido generando en torno a la idea que tenemos de cómo deben comportarse los hombres y las mujeres, los papeles que deben desempeñar en el trabajo, en la familia, el espacio público e incluso como deben relacionarse entre sí. Las personas que tienen una preferencia u orientación sexual diferente de la heterosexual sufren discriminación porque existe una tendencia homogeneizante que defiende la heterosexualidad como sexualidad dominante.

A los entrevistados les preguntamos que sí que quien crees que se le discrimine más: ¿a la lesbiana femenina?, ¿la lesbiana masculina?, ¿al gay masculino?, ¿al gay femenino?, ¿el que cambia su sexo?, ¿al que nada más se viste de mujer? La generalidad de los entrevistados respondió que al gay, pero el gay que rompe más con las exceptivas de género construidas socioculturalmente.

LAURA -¿A quién crees que se le discrimine más, a la lesbiana femenina, la lesbiana masculina, al gay masculino, al gay femenino, el que cambia su sexo, al que nada más se viste de mujer?

FRANCISCO: -¿A quién se discrimina más? Yo creo que al gay femenino.

ARTURO:-Bueno, para todo, para todo va haber un poquito ¿no? Pero en lo que más me ha tocado a mí en lo personal, es al hombre, este, afeminado ¿no? Pues que, que habla muy quebrado o, o que hace gestos más de mujer y ese tipo de cosas ¿no? Este, eso son a los que me ha tocado ver que haiga más discriminación.

LAURA -¿Por qué crees que al gay afeminado tenga más discriminación o reciba más discriminación?

OSCAR:-Por la cultura sonoreense, uno que es macho, a mí me gustan las mujeres, aunque ves gente vestida de vaquero y aguas, fíjate que ahorita que me preguntaste esto me acordé que una época aquí en Hermosillo en la que levantaban a homosexuales, los golpeaban y los ponían ahí en la presa

LAURA -¿Los policías?

OSCAR:-No, la gente, la gente –como una...- como una redada, pero los levantaban en el centro, los golpeaban y los subían, fue una temporada,

LAURA -¿Cuándo fue eso?

OSCAR:-Por ahí en los ochentas, que hubo esa homofobia, en ese momento y a muchos les pasa, a muchos homosexuales y ya sabes que hay

diferentes lugares donde se juntan, pues mucha gente que va y los busca, andan tomados, creen que son mujeres y en el momento dato de oh sorpresa! Arremeten contra ellos, y que pasa, los golpean, los maltratan, no quiero saber si los matan, pero ese problema a mí me... Hay mucha gente que los busca, al momento creen que son mujeres por su estado de ebriedad, por su drogadicción o lo que sea, cuando ya descubren lo que es, los golpean, los maltratan.⁶⁶

LAURA -¿Cómo es el trato al recibir al cliente?

MARÍA LUISA:-Es exactamente el mismo, se recibe como un cliente normal, obviamente esteeee cuuaaaando su sexualidad es muy muy notoria si hay comentarios como: ¡Ay lo viste! ¡Ay qué cosa!, todavía me imagino que no lo vemos como algo normal.

LAURA -¿Hay comentarios entre ustedes?

MARÍA LUISA:-Comentarios en general, incluso de otros huéspedes que si llegan y ven a alguien así registrándose y hacen gestos como ¡ouch!!

LAURA -¿Cómo molestia?

MARÍA LUISA:-No, como morbo.

LAURA -¿Crees que las personas homosexuales se les discrimine?

MARÍA LUISA:

Creo que si, como te decía ahorita no estamos 100% preparados para ver esos tipos de muestras de cariño o estilos de vida y esteee creo que si hay personas, hombres mujeres muy machistas todavía que el simple hechos de verlos les molesta, conozco gente así.

La entrevistada considera que si el personal hace gestos, miradas, sonidos de asombro en el “ambiente” de “recepción” del cliente particularmente del cliente trans es una forma de discriminación.

LAURA -¿Crees que se les discrimine a las personas LGTTTI?

WENDY: Yo creo que si porque la gente no los acepta todavía es una discriminación hacia ellos, para referirte a esas personas es “el gay”, “la lesbiana” no es como una persona no les ponen todavía el nombre de la persona, siguen siendo la lesbiana, el gay o el joto como normalmente se le conoce. Es “las lesbianas”...las tachan totalmente con la etiqueta.

LAURA -¿A quién se le discrimina más a LGTTTI?

WENDY: -Es más al transexual, porque es una persona y se convierte en otra, yo he trabajado con una persona que es gay y nadie se da cuenta. Se dan algo de cuenta por las maneras, pero un transexual es más notorio que fue de otra manera. Siento que ahí está más marcado. Una lesbiana mientras siga siendo mujer nadie se da cuenta. Que se siga comportando como mujer muchas veces nadie se da cuenta. O una mujer transformada

⁶⁶ La declaración del entrevistado Guillermo Núñez Noriega, Director de esta tesis Doctoral la refiere como Leyenda Urbana

en hombre es más marcado todavía. Para mí el transexual es más discriminado.

Enmarcada en el concepto anterior de discriminación que presenta el prestador de servicios, vemos que la discriminación por género es constante cuando el cliente rompe las expectativas y roles de género asignados en una sociedad heteronormativa. Utilizan la palabra machista como para justificar que la supremacía del comportamiento sexual es el heterosexual, entonces el rechazo, el asombro y la carrilla hacia las personas que transgreden los estereotipos de género suelen ser discriminadas con mayor facilidad.

4.3.6.6. Agentes promotores de la discriminación. A los prestadores de servicios se les preguntó las posibles causas de porque se les discrimina a las personas de la comunidad LGBTTTI, ellos respondieron que la ignorancia, la desinformación, el machismo y la educación que los hijos reciben en casa son principalmente los promotores de la discriminación. Veamos:

El siguiente entrevistado refiere que falta información, cultura, educación, además reconoce al machismo como expresión heteronormativo.

LAURA -Y tú ¿Por qué crees que exista la discriminación a las personas? ¿O sea porque crees? Me dices que no crees que exista aquí, pero, ¿tú crees que se dé la discriminación?

ROBERTO: -Sí, porque es falta de cultura, de educación y el machismo tan arraigado y todos esos antivalores que se le van inculcando de generación en generación...

Considerar a la homosexualidad como inmoral, rechazarla, no entenderla, es consecuencia de una cultura machista que engloba el conjunto de actitudes, conductas, prácticas sociales y creencias destinadas a promover la heteronormatividad. Sin embargo reconocen que existe una incipiente discusión pública del tema que origina una visión más normal de la sexualidad; reconocen que hay más información.

Hay aceptación a las diversas sexualidades, no es algo “tan familiar”, falta costumbre, para “abrir la mente”, aunque la sociedad esté más receptiva, más informada aún no hay conocimiento de cómo “manejar”, abordar y/o comprender la “novedad del tema” y su discusión pública.

LAURA -Usted me dice: “no lo concibo porque yo no lo siento así”; pero hay mucha gente que no lo concibe y lo rechaza y lo, lo, lo tacha de

inmoral. ¿Por qué razones cree que usted, que eso exista discriminación para las personas LGBTTTI?

JUAN: -Bueno, yo pienso que; puede algo ee como en todo ¿no? Si nuestro nivel de ee ya sea por cuestiones culturales y sociales ¿Cómo, cómo pudiera decirle? De alguna tipo de superación ¿no? (Mjm... Laura) porque en cuanto no conoces algo, o no entiendes bien las cosas; puedes tener muchos rechazos a muchas cosas ¿no? Pero en cuanto abres tu mente para otras cosas, entonces, yo entiendo que puede ser así; para mí... Más joven pudiera ser eso motivo de, de rechazo; no así como tal de que “no te me acerques” o algo, pero era así como que pues; no, no, “no prefiero que estés cerca de mí” ¿no? Aun sin embargo, ahora ya, pues ya lo ves así como más normal ¿no? Y hay, siempre un poco más de apertura; hacia toda la población.

LAURA -A usted, ¿le ha tocado a alguna cuestión de discriminación hacia las personas? ¿O de rechazo hacia las personas del mismo sexo?

FRANCIS: -No creo que es tanto discriminación pero si conozco a una pareja de hombres que aquí vivían este año con tenían su niño y son americanos y yo vi que la gente por ejemplo los niños decían "¿por qué Mateo tiene 2 papas?" o la gente decía "oh, son tíos!"...no decían, son homosexuales, así son unas personas, no lo dicen como son...el niño yo creo que vivió un poco más de dificultad, los adultos no tanto porque ya están grandes, son como son pero yo creo que al niño le afecto un poquito, pero no era, yo no siento que era discriminación, sino que la gente no sabía cómo aceptarlo, o a lo mejor y lo acepta pero no sabían cómo explicarlo, pero también hay personas aquí, hay hombres que son mujeres, se visten como mujer, pero son hombres...y aah, hay varios, like como nosotros decimos a "he-she" yo nunca se saber decir si ella a él o el a ella porque a mí son mujeres, you know...Así quieren ser y son muy aceptados aquí.

Cecilia refiere una historia personal, un antes que expresa en un contexto de socialización se denomina “estar tapado”, “no hablar” del tema, antes había un auto aprendizaje de los temas sexuales, hoy existe más información.

LAURA -Por ejemplo, ¿tu tendrías incomodidad de que algunas de tus hijas o tus nietas o tu hermana fuera lesbiana?

CECILIA:-Pues mm no sé, a lo mejor si me sacaría de onda, o sea, si porque yo de repente, yo tengo una hija y de repente veo que se la lleva con una muchachita y mi amor y que ven pa'ca y yo como no estoy educada a tanto así, es que ahora así se usa mami me dice.

LAURA -Por ejemplo, ¿Para ti sería más difícil aceptar a tu hija así que atender a un cliente?

CECILIA:-Yo creo que sí.

LAURA -¿Por qué?

CECILIA:-¿Por qué será? Por la educación que trae uno.

LAURA -A ti. ¿Se te haría más difícil por la educación?

CECILIA: -Si, porque como mi mamá muy conservadora, bien así no sé.

LAURA -¿Por qué crees que estemos educados así?, ¿qué crees que influya para estar educados de esa manera?

CECILIA: -Yo creo que influye que tiene mucho que ver la falta de información y yo digo que antes como que era más, mas tapado todo, o sea, dicen que todo el tiempo ha existido, pero, pero como que antes no se atrevían las mamás a platicarle uno nada, o sea, yo a la edad que tengo, yo lo que he sabido es porque yo lo he descubierto o yo me he enterado así.

LAURA -¿Han tenido ustedes reportes de que por ejemplo las personas gays o lesbianas tengan algún conflicto y hayan tenido que recurrir a la fuerza pública?

POLICÍA HERMOSILLO: -Sabe que no, por lo menos a mí en lo personal nunca me han reportado. No me ha tocado que los hayan ofendido. No me ha tocado atender ese tipo de reportes.

LAURA -Yo creo que esto está cambiando y la gente lo está viendo diferente. ¿Y a qué crees que se deba?

POLICÍA HERMOSILLO: -Mmm, pues es que yo creo que la gente está más informada, si eso es.

LAURA -Exacto, exacto...eh, ¿usted cree que es difícil para una persona que tiene una orientación sexual hacia su mismo sexo que el resto de las personas lo acepten? Específicamente en esta comunidad (Álamos) donde usted se desenvuelve

FRANCIS: -Eh, sí, yo pienso que es más difícil.

LAURA -¿Por qué?

FRANCIS: -Well es un poco raro porque yo pienso que aquí en general en Álamos, la mentalidad es un poco más...no sé decir la palabra en español pero "preventual"... es menos urbana, es más like...de rancho.... Y entonces aunque hay muchas personas que son más así educadas y avanzadas y abiertas y así, hay una mentalidad un poco cerrada aquí en mi opinión.

Los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora respondieron que la ignorancia al tema, el machismo, la falta de familiaridad, de costumbre, la “mentalidad cerrada”, la cultura en la que nos desarrollamos, son factores determinantes para que exista discriminación. Sin embargo, remiten a un antes y un después, un antes en donde el sexo y la sexualidad eran temas de los que no se hablaba, “temas tapados” y ahora ya hay más información hay una incipiente discusión pública del tema.

4.3.6.7. Educación. La mayor problemática a la que se enfrentan las personas de la comunidad LGBTTTI, es la educación que priva entre las personas. Y esa falta de

educación se da desde de los macro sistemas políticos y académicos hasta en los hogares. Algunos de los prestadores de servicios señalan que la discriminación se da cuando los padres de familia, enseñan a sus hijos un mal ejemplo discriminando a personas LGBTTTI.

LAURA -¿Por qué crees que tengamos esa resistencia aceptar a las personas homosexuales?

WENDY: -Porque siempre desde que estamos niños nos han dicho, las niñas con las niñas y los niños con los niños y cuando son novios psss el uno con el otro, nunca en la escuela se te enseñó que es normal ver a personas que se aman y son del mismo sexo, es lo mismo que sucede con los discapacitados, con las personas que tienen síndrome de Down alguna discapacidad física o mental ellos siempre están puestos en una categoría porque siempre estamos separados de eso, no es algo con lo que convivimos o lo ves todos los días en la escuela; siempre hay una escuelita de, de, niños con discapacidad, no se siento que debería de ser algo normal que cualquier niño lo vea normal eso es algo que ya está.

LAURA -¿Por qué crees que se les rechace? ¿Qué ideas crees que tenga la gente?

ARTURO:-Yo pienso que todo, viene de las, de la familia ¿no? Del núcleo de la familia, como te crían ee los principios que te dan ¿no?... Por experiencia propia ¿no? Tengo primos, sobrinos y hay unos, este, malcriados, otros no tan malcriados, otros muy educados; y eso ya viene de ahí ¿no? Este, hay unos que el papá es muy malhablado y el hijo es muy malhablado, hay unos que el papá es muy machista y el hijo es muy machista y, yo pienso que de ahí parte todo.

LAURA -Tú crees que esté tan rechazado tan negado y tan no aceptada la homosexualidad, ¿a qué crees que se deba?

LEYLA: -A la educación yo pienso. –

LAURA -¿A la educación que nos dan en la escuela, los papás?

LEYLA: -No, los papás, yo pienso que ya es algo que nos inculcan.

Es en el ambiente familiar en donde se reproducen los *habitus* y discursos hegemónicos de la sexualidad.

4.3.6.8. Actos de discriminación. Una vez que cuestionamos a los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora, el concepto de discriminación, la prevalencia de la discriminación por género, además de cuáles, a su juicio son los principales agentes que promueven la discriminación. Exploramos si ellos han identificado los mecanismos que posee toda persona para identificar, distinguir y mantener obsesiones en contra de

cualquier categoría social que clasifica como distinta a la propia y hacia la cual experimenta valores, sentimientos y acciones negativas. Para lo anterior les preguntamos: ¿Han presenciado actos de discriminación en su lugar de trabajo o en situaciones externas del área laboral? La mayoría de los entrevistados señaló que no han presenciado actos de discriminación; los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora no reconocen los mecanismos propios o ajenos que dan origen a la discriminación de clientes LGBTTTI. Veamos:

LAURA -¿Tú crees que las personas lesbianas, los gays o los transexuales se les discriminan?

ROBERTO: -Pues por lo que a mí me ha tocado ver, pues no.

LAURA -Aquí, ¿te ha tocado ver que en Álamos se les discrimine?... por ejemplo en tu café... ¿tú no has tenido el evento de que saques a alguien o que no quieran atender a alguien?

ROBERTO: -No, nunca... jamás.

LAURA -Jamás...y nunca se ha quejado un comensal o alguien que se toma un café en su vida por alguna persona que...

ROBERTO: -Nadie y aparte que somos 3 negocios muy seguidos, es el café, nos dividen 3 pasos, es el restaurante, (audio no reconocible por los siguientes 2-3 segundos debido al viento) que los dividen 5 pasos y acá está el bar, que es otro negocio, que de café hasta el bar que nomás recorren 15 metros y ya. Entonces éramos ya 4 negocios que nunca nadie se ha quejado ni nada

LAURA -Y nunca te toco escuchar por ejemplo que en el terracota, en la posta, nunca te toco que dijeran alguien "fíjate que estaba esta pareja aquí y la tuvimos que sacar porque se quejó alguien"

ROBERTO: -No, nunca.

LAURA -Las veces que has tenido personas que han venido aquí a tu lugar que son lesbianas, ¿algún otro cliente se ha quejado de ellas aquí?

FRANCIS:-No.

LAURA -¿No? ¿Han convivido con ellos?

FRANCIS:-Si, desayunan todos aquí.

LAURA -¿Viste tu alguna muestra de rechazo, alguna muestra de antipatía?

FRANCIS:-No.

LAURA -Las veces que has tenido personas que han venido aquí a tu lugar personas de la comunidad LGBTTTI, ¿algún otro cliente se ha quejado de ellas aquí?

FRANCISCO: -No.

LAURA -¿En algún otro lugar de Peñasco?

FRANCISCO: -No.

LAURA -¿Has presenciado actos de discriminación a personas homosexuales? ¿Has visto, te ha tocado verlos?

PACO: Eeh no.

LAURA -¿Te ha tocado ver que alguien les niegue algún servicio a alguien por ser homosexual?

PACO: -No, hasta ahorita no.

LAURA -¿Te ha tocado que algún cliente se queje por la presencia de algún cliente gay aquí contigo?

Entrevistado pph4: -No.

LAURA ¿Has presenciado tu algún acto de discriminación hacia las personas LGBTTTI o que alguien los discrimine en cualquier otro lugar?

Entrevistado pph4: -No, no tampoco

LAURA -¿Conoces casos de discriminación por orientación sexual, aquí en tu empresa?

LEYLA-No, aquí no, no se da ese caso.

LAURA -¿O sea que a ti no te ha tocado presenciar actos de discriminación, de insultos?

LEYLA-La verdad no.

LAURA -¿Has presentado casos de discriminación aquí en el hotel?

MARÍA LUISA:-No.

LAURA -¿Qué es la discriminación para ti?

MARÍA LUISA:-La discriminación es para mí...cuando se trata a alguien diferente por su sexualidad, raza, religión etc.

LAURA -Y ese trato diferente por su raza, religión etc., ¿te ha tocado verlo aquí en el hotel?

MARÍA LUISA:-Aquí no, con lo que batallamos es con el lenguaje cuando vienen personas que no hablan español ni inglés y psss como podemos con el google, con el traductor. Siempre nos preocupamos para que tengan un buen servicio.

La generalidad de los prestadores de servicios turísticos respondió que no han presenciado o promovido actos de discriminación. No obstante, encontramos un dato interesante: la razón de que los prestadores de servicio no den cuenta a nivel consiente de actos de discriminación se deba a que ellos reconocen que las parejas homosexuales restringen sus acciones de afecto en público y así no rompen las normas de los espacios heterosexistas. Más adelante analizaremos un poco este hallazgo cuando discutamos el *sentido de los límites* de Bourdieu.

LAURA -¿Y nunca les ha tocado por ejemplo que cuando esté el otros clientes se quejen?

EVELYN: No.

LAURA -¿Y si les ha tocado que esté él y otros clientes en el restaurant?
EVELYN: -Si, inclusive en una ocasión vino con otra persona, yo no sé si sería su novio, no sé, pero los dos así impecables, desayunaron, había mucha gente.
LAURA -¿Y te ha tocado, por esa vez que vino acompañado, te tocó dando muestras de afecto, tomados de la mano, dándose un beso?
EVELYN: -No.

LAURA -¿Has presenciado tú un acto de discriminación aquí?
CECILIA: -No, porque como que también son reservados.
LAURA -¿Quién?
CECILIA: -Los clientes o sea los las parejas que vienen de homosexuales
LAURA -¿Son reservados?
CECILIA: -Si, no son muy abiertos. O sea aquí no nos ha tocado mucho.
LAURA No te ha tocado verlos agarrados de la mano, dándose un beso
CECILIA: -No.
LAURA -¿Nunca?
CECILIA: -No, ni tomados de la mano, lo que me ha tocado es que si uno les toca para hacer el aseo, les nos dicen pasen y están los dos en la cama, ahí acostados, o sea delante de uno sí.
LAURA -Aja
CECILIA: -Pero así a luz pública no.

Otro de nuestros resultados muestra: el resto de los clientes están “acostumbrados” a compartir espacios con los personas en este caso clientes LGBTTTI, quizás esa convivencia y normalidad social sean factores para que la discriminación no es un acto recurrente en la comunidades exploradas. Lo que habla de ambientes sociales de respeto.

LAURA -¿Te ha tocado, ahora que recibiste al grupo de personas, que algún otro cliente tuyo se quejara por ellos, por que estuvieran aquí?
CLAUDIA: No, yo creo que no.
LAURA -No te ha tocado de algún cliente que dijera oye porqué está este grupo de personas aquí.
CLAUDIA: -No, verás déjame preguntarle a Jenny. (Le llama a Jenny)
LAURA - ¿JENNY los atendió?
CLAUDIA: -Si... no, a ella le llegan todas las quejas.
CLAUDIA: -¿Recuerdas que me comentaste que en el grupo que vino de Chihuahua venía un grupito de gays?
JENNY: Ajá.
CLAUDIA: -¿En esa ocasión, recibiste algún tipo de inconformidad por parte de otros clientes?
JENNY: -No.
CLAUDIA: -¿Tus clientes aquí no se quejaron?

JENNY: -No.

LAURA -¿Y los trabajadores, los mismos empleados, expresaron algún comentario desfavorable para ellos o para el grupo en general?

JENNY: -No, no nada. Están acostumbrados a todo eso.

El comportamiento social no está totalmente bajo nuestro control racional. Podemos perfectamente creer en la igualdad y la no discriminación y al mismo tiempo mostrar prejuicios inconscientes hacia determinados colectivos. Aún que los entrevistados señalan que no han presenciado actos de discriminación podemos verbalizar sus discursos y dar cuenta de cómo ellos promueven y desarrollan actos de discriminación hacia la comunidad LGBTTI. Los prestadores de servicio no visualizan la discriminación como un acto recurrente pero si encontramos en sus discursos como un acto latente. Veamos:

LAURA -Las veces que has tenido personas que han venido aquí a tu lugar personas de la comunidad LGBTTI, ¿algún otro cliente se ha quejado de ellas aquí?

FRANCISCO: -No.

LAURA -¿En algún otro lugar de Peñasco?

FRANCISCO: No.

El mismo Francisco nos comenta que hasta miedo le pude ocasionar ver a dos parejas de homosexuales expresando afecto públicamente; además las expresiones de afecto entre hombres no las permite en su bar, con “respeto” se les llama la atención y les aclara que no es un espacio “gay” para que estén expresando afecto públicamente, y si el gay no acepta, se le invita a salir del lugar, “con respeto”. Sus límites del “respeto” estriba en el beso a partir de ese punto se entiende su noción de espacio gay VS espacio “heterosexual”; su espacio tiene una “orientación sexual” aun cuando esa situación le pasa desapercibida y no entiende que excluye y que constituye con su rechazo el *ghetto* gay.

FRANCISCO: -Si, pero básicamente uno conoce a los... por ejemplo, una vez [...] unos 6 ó 4 meses, un viernes un señor grandote y al final unos shots y nosotros ya está cerrado pero la mesera me dice muy buen consumo, dos servicios bla bla bla, claro que si le dije, ahí se los llevó, [...]. Al otro día, estaba beso y beso con un cabrón allá arriba, era un señor de Monterrey, grandote, vaquerón y dices: hasta miedo ¿no? al rato mariposón y yo, se estaban besando y yo pues no es bar gay, no somos un bar gay, aquí se permite que bailen que bromeen juntos pero ya que se besen y que se

empiecen hacer cosas ya más allá no lo permito, ¿por qué? Porque no es un bar gay.

LAURA -Oye FRANCISCO y si se están besando una pareja hetero, ¿los dejas? O sea, un hombre y una mujer.

FRANCISCO: -Ah bueno sí, eso es normal, dos hombres no, no lo permito.

LAURA -Ajá.

FRANCISCO: -No lo permito, se les llama la atención, chavalos, o sea con respeto, ¿no? Cada quien hace, yo les explico no? Pero aquí no es bar gay, no somos un bar gay para que puedan hacer eso. [...]Pues ni modo, compórtense, si se quieren besar, afuera, aquí adentro no por favor.

LAURA -Oye, y se te han quejado clientes de que...

FRANCISCO: -Se van.

LAURA -No, clientes que sean hombre o mujer y digan, oye se están besando.

FRANCISCO: -Si, oye, se están besando unos batos allá arriba, seguridad por favor, pero con respecto explícales, no quiero que sean agresivos, ¿por qué? Porque son personas como cualquier otro.

LAURA -¿Y alguna vez te ha ocasionado algún problema con gay?, o sea, de que se enojen, que se molesten, que te maltraten.

FRANCISCO: -Si, se molestan porque les llaman la atención, pero ya andan tomados y les digo, sabes que, ok, si no te gusta te vamos a tener que sacar, o sea, te lo estoy diciendo por las buenas y así por las malos si tú te pones agresivo, yo no lo voy a permitir, para afuera cabrón, yo no te voy a respetar tampoco, yo te estoy dando a respetar, amablemente se les está pidiendo que no lo hagan porque no es un bar gay.

LAURA -Ajá

Oscar nos comenta que no hay discriminación en su lugar de trabajo pero si hay “carilla”. La carilla, no es la negación del ejercicio igualitario de libertades, derechos y oportunidades que se brindan a las personas para realizar su vida, pero si es la antesala a ejercicios de discriminación contra la diversidad sexual se refleja, entre otras circunstancias , a través de actos que violentan el derecho de la vida privada; a través de actos de odio y acciones arbitrarias que vulneran el derecho a la vida y el de la integridad y la seguridad personal o del acoso de las escuelas en donde se afecta la dignidad de la persona.

LAURA -¿Has presenciado o visto recibir insultos a alguien por su preferencia sexual?

OSCAR:-Pues a manera de carilla..... me tocó hace unos 9 años allá abajo,(el local es de dos plantas, arriba es el bar y la planta baja es el restaurant) en el restaurant, un cantinero que era y pues no lo dejaban,

LAURA -¿Pero quienes, los mismos compañeros?

OSCAR - -Los mismos compañeros.

LAURA -Y cuando te ha tocado escuchar burlas groseras que las personas sean groseras, no que vayan y se quejen contigo si no que la gente se burle que le diga ahí a él maricón, ahí va el joto.

FRANCISCO: -No, no me ha tocado en ese sentido, casi me lo han dicho en forma personal y no precisamente cuando están ellos, buscan el espacio o me dan carrilla ahh ya llegaron los pinchis jotos, maricones y los escucho nada más y los respeto en el sentido de respeto a la intolerancia que tienen nada más o sea, a mí en lo personal no me asusta.

Se ve la discriminación como natural. Existe una inclusión subordinada, limitada, heteronormada, en una normalización de la carrilla en un marco muy general del “respeto”. Se piensa, o se actúa sin pensar, que la diversidad humana tiene un sentido de organización social: de un lado las hegemonías de la heterosexualidad, que dan orden, sentido y jerarquía al campo sexual de Sonora, y del otro las minorías sociales, quedan atrapados las normas hegemónicas heterosexista. Por tanto, lo natural es que parece que hay personas “más iguales” que otras; y consideramos natural que en la sociedad no se permitan ciertas conductas, ciertas ideas, cuando no están de acuerdo con las nuestras, especialmente si tienen que ver con nuestra percepción de la sexualidad, de qué es valioso, de quiénes lo son y quiénes no.

OSCAR: -Aquí no, en las cantinas eeh, peero, son muy sonrientes, hay uno que otro que se pasa a veces pero es parte de, es parte de la naturaleza de ellos y es parte de la naturaleza del heterosexual el ser agresivo contra ese tipo de personas, por eso se llevan muy bien cuando se juntan ellos, aquí han venido muchas veces, se ponen a bailar, no molestan a nadie, se la pasan bien, como te digo, yo no tengo nada en contra.

LAURA -¿Has presenciado en tu empresa discriminación o algún tipo de rechazo?

WENDY: -No se le expresa al cliente, pero entre los mismos compañeros de trabajo comentan, quien era, quien andaba aquí, ¿cómo llegó?

OSCAR, nos señala que a él no le ha tocado ver el “show”⁶⁷ de personas del mismo sexo dándose muestras de afecto. Las expresiones de afecto en público de personas del mismo sexo, parece ser que no es el eje central de lo que molesta a los entrevistados. Lo que molesta o incomoda es que esos gestos de complicidad y acercamiento vayan más allá de la muestra de cariño y acaben siendo puro goce sexual.

⁶⁷ Según la RAE show es: espectáculo de variedades// Acción o cosa realizada por motivo de exhibición.

La libertad de la persona LGBTTTTI tiene un límite, y cuando invade el espacio del “otro” le causa una molestia o perjuicio, que provoca la expulsión del erotismo del espacio público. Y en ese sentido me queda una pregunta sin resolver ¿Dónde está el límite de una muestra de afecto al mal gusto en público? ¿Existen normas sociales o reglas de urbanidad que indican que las muestras de afecto, cariño, amor, amistad, etc. en espacios públicos deben mantenerse en los límites de la prudencia y el respeto hacia los demás? ¿Qué grupos o relaciones de poder las establece?

LAURA -Oye Oscar ¿Y te ha tocado ver a hombres agarrados de la mano? o ¿Mujeres agarrados de la mano aquí?

ARTURO: -No, realmente; realmente no nos ha tocado, este, ver ese tipo de show ¿no? Si hemos visto a mujeres, este, pero muy, muy a lo largo y básicamente pues es como que si no... Digo, un beso puede ser algo muy normal en cualquier parte ¿no? Mientras no sea un beso que, que realmente ya no sea un beso, sino otra cosa ¿no? (Ajá... asienta Laura) pero yo digo que cuando veamos esa; por lo menos en mi persona y como encargado, si yo veo un acto que realmente no puede ser, no se puede hacer en, en público (Mjm... Laura) si me vería obligado en la necesidad de decirle “oye, ¿sabes qué? No es el lugar” ee.

LAURA -¿Te ha tocado de los grupos que traías que alguna persona se quejara de algún mal servicio de un sentido de discriminación?

ROSARIO: -No, no como te digo , las políticas son las mismas, si llegan a tener un mal comportamiento, sería el mismo trato que si una pareja heterosexual estuviera haciendo cosas indebidas en áreas públicas, dentro de su habitación pueden hacer los que ellos quieran con quien ellos quieran, ya que salen de ahí son las mismas reglas para todos

LAURA -¿Has escuchado aquí que alguno de tus compañeros se queje por no quererlos atender se moleste por no querer atenderlos?

ROSARIO: -No, al contrario me ha tocado tener, nosotros por política no podemos tener amistad con los clientes ni tener un trato más allá de lo que es cliente-empresa, pero si me ha tocado de algunos compañeros que tenía con este tipo de preferencias sexuales y salían con ellos, entonces ahí, era nada más, al contrario si hay alguna persona que tenga esa preferencia hace simpatía con ellos.

La discriminación, es un problema social tan arraigado como apenas visible para la mayoría de los entrevistados. Sólo uno de los entrevistados reconoció explícitamente, una mala práctica laboral por parte de uno de sus compañeros de trabajo. Se percató de un trato desfavorable y de desprecio inmerecido a un cliente del restaurante, presumiblemente gay. La lógica económica empresarial respalda también la

“aceptación” el interés económico ha abierto espacios de “tolerancia”, hacer “negocio” es más fuerte que “hacer identidad”.

LAURA -Y ¿crees que las personas LGBT se les discrimine?

JAVIER: -Hay muchas partes donde sí. De hecho hasta en mi familia [...] mi mamá es completamente homofóbica.

LAURA -¿Conoces algún caso tuyo, conoces casos específicos?, me comentas de tu familia, y del área del sector turismo te ha tocado vivir casos donde se discrimine, o sea, ¿te ha tocado presenciar casos donde se discrimine a alguien por ser homosexual?

JAVIER: -Sí, me tocó en un restaurant donde estaban atendiendo mal, precisamente en un restaurant donde yo estaba trabajando, esa persona, yo ya le había vendido, él fue como cliente y vi que el mesero lo estaba atendiendo mal, de mala gana y que hizo comentarios detrás, yo fui con el capitán, el capitán de meseros y le expliqué: mire, para empezar este es mi cliente, es su primer visita, viene con la atención de este individuo te va a representar que el va a ir con la compañía y le va a decir, sabes que, quiero que mis 40,000 usd para atrás porque no me gustó como me atendieron, y en eso te vas tú, se va el mesero y probablemente hasta yo, porque todos estamos involucrados en esto.

JAVIER: -Y el comentario que hizo detrás allá con los garroteros.

LAURA -¿Qué comentó?-

JAVIER: -Este pinche joto me tiene hasta la madre. Obviamente una persona que va y paga un buen billete quiere una súper atención ¿no? y como lo veía vestido, yo te aseguro que esa persona traía más dinero en su cartera que los otros que andaban bien cambiados.

4.3.6.9. Reacción ante los actos de discriminación. La responsabilidad del respeto a los derechos humanos no se limita a los gobiernos o a las naciones. Los derechos humanos son tan importantes para los individuos como para las organizaciones que ellos forman. La comunidad empresarial tiene la responsabilidad de proteger los derechos humanos, tanto en el lugar de trabajo, como en los lugares en los que se ejerce su influencia. Sin embargo, la discriminación puede provocar distintas reacciones en los afectados, pero también en los espectadores. Las reacciones de los entrevistados ante un acto de discriminación son difíciles de apreciar y categorizar sobre todo cuando las dinámicas de relaciones interpersonales son dinámicas, así como el entendimiento de cuando y como los prestadores de servicios turísticos deben hacerse responsable de los derechos humanos.

Preguntamos a los entrevistados cual es la actitud de ellos cuando son espectadores de actos discriminatorios y las respuestas estribaron en una complicidad silenciosa para

la trasgresión de los derechos humanos de la disidencia sexo-genérica. “Quedarse callado”, “no hacer nada”; “no involucrarse” “respeto a la intolerancia” “yo mejor me retiro” son evidencias de un prestador de servicios turísticos no da la importancia adecuada a las violaciones sistémicas o continuas de los derechos humanos.

Roberto entiende que hay un afán de jerarquía una supremacía heterosexual obligatoria.

LAURA -¿Has presenciado burlas hacia las personas homosexuales? ¿Que alguien se esté burlando? ¿Que alguien se esté mofando? ¿Que alguien este criticando? ¿Que alguien inclusive este insultando?

ROBERTO: -Sí.

LAURA -Y ¿cómo reaccionas?

ROBERTO: -No pues, ni les digo nada pues es parte de su misma ignorancia, o el querer pretender que son más y que en realidad no.

El hablar de la sexualidad del “otro” es común que genere burlas, risas y sonrisas sobre todo cuando su sexualidad difiere de la norma heterosexual.

EVELYN: -[...], es que estuvo así, haz de cuenta que la fiesta estaba en la calle, en la banquetta estaba la música y así, estaba el cumpleaños era hombre y pues la mayoría de los que estaban ahí eran hombres y pasa el muchacho ese y, y pues como típico gay escandaloso grita del carro, muchas felicidades!! Y todos los hombres empezaron iiiiuuuuu, y el otro (el cumpleaños) cállense, cállense que se vaya a la... y todos el pinchi joto, y empezaron ahí todos a burlarse.

LAURA -¿Alguien hizo algo para evitar las burlas? ¿Tú hiciste algo?

EVELYN: -No.

LAURA -Y a ti Evelyn te ha tocado? Ver que alguien insulte, discrimine...

BEATRIZ:-Por ejemplo me ha tocado a mí, ahí de Caborca una hija de una amiga, se casó con un muchacho pues que es bisexual. Y al muchacho eso dicen, a mí no me consta, que lo agarraron con otro, pero son ricos, pero supuestamente hasta hubo misa de que el padre dijo que volvieran al camino del bien y pues bueno, la hija de mi amiga a sabiendas todo lo que decían de él se casó con él pero se casó porque había interés económico grande ¿no? Y tiene ya tres hijos ella pero de todas maneras dicen de él, entonces no me ha tocado ni burlas ni nada, pero si dicen de él [...] todos dicen, lo agarró cuando era hombre, entre burlas pero obvio no le dicen a ella.

LAURA -Y todos cuando están diciendo, ¿qué hace el resto de personas que escucha?

BEATRIZ:-Se ríen o sonrían y muchas veces uno no se atreve por ejemplo pues no se... Yo pienso que ya son palabras mayores meterse en algo que no le consta a uno.

El “respeto la intolerancia”. En la sociedad persisten actos de violencia de género, producto de la “intolerancia” y homofobia. A pesar de la “aceptación” a la diversidad sexual que hemos visto permanentemente en esta investigación la frase: *los escucho nada más y los respeto en el sentido de respeto a la intolerancia que tienen nada más o sea, a mí en lo personal no me asusta*. Nos parece un retroceso en la adquisición de valores que promueven el respeto y el desarrollo de la persona y de la humanidad. Como empresario, es una postura un tanto equivocada al no poner límites y hasta cierto punto promover situaciones de rechazo hacia el colectivo LGBTTTTI.

LAURA -¿Te ha tocado escuchar burlas, que las personas sean groseras?, ¿que tus clientes señalen a la persona LGBTTTTI?

PEDRO: -No, no me ha tocado en ese sentido, casi me lo han dicho en forma personal y no precisamente cuando están ellos, buscan el espacio o me dan carrilla ahh ya llegaron los pinchis jotos, maricones y los escucho nada más y los respeto en el sentido de respeto a la intolerancia que tienen nada más o sea, a mí en lo personal no me asusta.

LAURA -¿Nunca te ha tocado que se burlen de ellos? En forma; como digan “mira los putos”, “mira los gays”, “mira los maricones”...

ARTURO:-Si claro es, es como todo ¿no? Obviamente que no se lo dicen en su cara; digo hay, hay gente, hay gente que realmente es muy tonta para hablar, eee y si es como todo ¿no? Los ven cuando ellos hacen gestos o que los ven muy pegados, no falta el muchachito tonto inmaduro que, que habla en... Piensa en voz alta ¿no? Como dicen por ahí... Y pues es algo que uno pues, no dice nada tampoco ¿no? Tampoco se va poner a defender a medio mundo diciendo “oye, ¿por qué hablas así?” o “que te importa” ¿no? Ni al caso, cada quien su rollo ¿no? Si ellos lo oyen pues ahí la echan ellos ¿no? (y sonrío)

Se lee en los siguientes discursos la ausencia de una cultura proactiva, de respeto, de no discriminación, de no al bullying.

LAURA -Ahorita hablábamos de que las personas, ya no hacen tantos comentarios despectivos hacia las personas LGBTTTTI pero que aún existen comentarios, ¿cómo reaccionas tú ante los comentarios despectivos? O sea, ¿cómo reaccionas tú cuando alguien se burla de un gay o de una lesbiana?

PACO: -Me quedo callado, muchas veces no tanto sobre ellos, sino otro tipo de personas, vamos a suponer una persona flaquita, o gordita de más, entonces, si siguen comentando, yo mejor me retiro.

En nuestros resultados también encontramos respuestas que señalan acciones hipotéticas ante casos de discriminación. Los entrevistados manifiestan que no han sido partícipes ni espectadores de situaciones que vulneren los derechos humanos de las

personas LGBTTTI, pero se les pregunto: ¿Qué reacción tienen ustedes si un cliente se queja de una pareja del mismo sexo que esté dando muestra de afecto? En casos hipotéticos ellos manifiestan una actitud mediadora, e inclusive de exclusión hacia clientes que no estén de acuerdo en compartir espacios con personas LGBTTTI. Las respuestas más comunes fueron “yo pienso que yo diría que aquí todos están aceptados y si ellos no quieren estar pues no tienen que estar aquí” “explicarle al cliente que para nosotros, todos los clientes son iguales y vamos a darles el mismo servicio” “le diría lo mismo que te dije, cada quien tiene derecho hacer su vida” “yo pienso que sería hablar con el cliente de que nosotros no tenemos o sea a personas con diferentes preferencias nosotros le damos el mismo servicio igual que a todo”.

LAURA. -Las veces que has tenido personas que han venido aquí a tu lugar que son lesbianas, ¿algún otro cliente se ha quejado de ellas aquí?

JAZMÍN:-No

LAURA - ¿No han convivido con ellos?

JAZMÍN:-Si, desayunan todos aquí.

LAURA -¿Viste tu alguna muestra de rechazo, alguna muestra de antipatía?

JAZMÍN:-No

LAURA -Tu ¿cómo reaccionarías si hubiera un cliente que se quejara porque ellas están tomadas de la mano, o que se den un beso? a lo mejor...¿cómo crees tú que reaccionarías? ¿Cuál sería tu postura?

JAZMÍN:-Pues yo pienso que yo diría que aquí todos están aceptados y si ellos no quieren estar pues no tienen que estar aquí, you know, yo no quiero discriminar a...yo no quiero entonces aquí no se discrimina y si alguien quiere, este no es el lugar para ellos. Si yo tuviera que decir algo entonces yo diría algo así.

LAURA -¿Qué reacción tienen ustedes si un cliente se queja de una pareja del mismo sexo que esté dando muestra de afecto?

BETTY: -Pues explicarle al cliente que para nosotros, todos los clientes son iguales y vamos a darles el mismo servicio.

LAURA -Me dices que no te ha tocado ver situaciones de discriminación aquí, pero tú cómo crees que reaccionarías, LUIS, si alguien por ejemplo el vecino de las personas lesbianas viene y te dice: oye allá hay unas lesbianas y no me gusta verlas pasar ni tomadas de la mano, ¿cómo reaccionaría con ese cliente? ¿Si se llegara a quejar contigo?

LUIS: Pues yo reaccionaría...le diría lo mismo que te dije, cada quien tiene derecho hacer su vida...por ejemplo hablando aquí del hotel, ¿no? Mientras no estén haciendo ruido de más, con la música o que no dejen dormir pues yo no les puedo decir nada, ¿no? Si hubiera otro problema de que están haciendo escándalo como cualquier otro cliente pues vas y les dices sabes

que: guarden orden porque tienen vecinos ahí y no dejan dormir, y como cualquier otro cliente.

LAURA -Me dices que tu identificas al cliente LGTB por su forma de vestir, de hablar, de comportarse... ¿Tú te has negado a atender a personas por su orientación sexual?

LUIS: No, claro que no. Eso desprestigia al hotel, a todos se le debe de atender con amabilidad como debe de ser.

La entrada a establecimientos mercantiles o espectáculos que dirigen su oferta al público en general es libre, por mandato constitucional, de ahí la importancia de una política que promueva lugares libres de homofobia – por ejemplo en el DF se utilizan calcomanías y/o letreros- se transita de una inclusión y aceptación a un espacio heteronormado a una aceptación por avance de normas de respeto y no discriminación, además de un interés empresarial y económico.

LAURA -Mario, tu cuando recibes gentes que más o menos los identificas o que ellos se identifican ahí en el Ice box, como gays, como lesbiana, como transgénero te ha causado algún problema si ellos se toman de la mano o se besan, es permitido en tu bar o no es permitido

PEDRO: -Si completamente, es un bar libre; si tengo muchos clientes heterosexuales, bueno, creo yo que son heterosexuales; que se...que si nos han presentado quejas oye sabes que hay más gays que mujeres o sea ¿qué te pasa? Yo les digo: o sea es que la entrada es libre, no pudiera yo poner un letrero en la puerta no se permiten gays y cosas de esas.

Creemos que en el afán del entrevistado por señalar que no distingue ni discrimina, afirma que al cliente LGBTTTI se les da el mismo servicio que al cliente heterosexual, no obstante el cliente LGBTTTI no es un cliente homogéneo es un cliente heterogéneo inmerso en una sociedad heteronormativa con un proceso muy propio para enfrentar esa sociedad, ahí radica la importancia de capacitar al prestador de servicios del turismo para la atención con calidad a las personas disidentes del sistema sexo-género.

LAURA -¿Cuál sería tu reacción si un cliente se queja por la presencia de un gay homosexual que no esté haciendo nada, que esté un homosexual y que esté comiendo a su lado?

LEYLA: O a lo mejor se dieron un besito o ¿algo así? Si está difícil, me pones a pensar porque es gente que es bien homofóbica, nunca me ha pasado gracias a Dios, pero yo pienso que sería hablar con el cliente de que nosotros no tenemos o sea a personas con diferentes preferencias nosotros le damos el mismo servicio igual que a todos pues si entonces, que no hicieron nada malo para ay como te explico, es que si, digo yo si

estuviera en la situación, que haría, que haría? Pues iría a hablar con el cliente más que nada

No es una segregación total, pero hay falta de aceptación, lo que más molesta a una sociedad heteronormada es la demostración pública del afecto.

LAURA -¿Crees que las personas homosexuales se les discrimine?

MARÍA LUISA:-Creo que si, como te decía ahorita no estamos 100% preparados para ver ese tipo de muestras de cariño o estilos de vida y esteee creo que si hay personas, hombres, mujeres muy machistas todavía que el simple hecho de verlos les molesta, conozco gente así.

LAURA -¿Te ha tocado ver escenas de que a las personas les moleste?

MARÍA LUISA:-Si palabras repudio, gestos faltas de respeto

LAURA -Y ¿cómo reaccionas?

MARÍA LUISA:-No, pss igual muy respetable su decisión. Pues yo no trate de hablar con esa personas que mostraba ese rechazo, pero si trate de expresar pss que cada quien su vida, que son sus decisiones...de que entendieran que eso es algo genético y pss cada quien su vida también, pss la opinión de ellos es muy respetable.

4.3.6.10. Homofobia. La homofobia es parte de un discurso normalizado de la discriminación. En los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora como en toda sociedad, la producción del discurso está a la vez controlada por estructuras sociales, por la cultura, por la educación familiar, que en su conjunto moldean al sujeto y le van dando una identidad social y de pertenencia grupal.

El discurso homofóbico se refuerza en los distintos ámbitos de socialización del sujeto; en lo familiar, en lo escolar, en la práctica de diferentes credos, en las organizaciones laborales etc.

Sonora un estado en el que hace un poco más de dos décadas sostenía un discurso hegemónico del campo sexual heteronormativo (Núñez, 1999). Las personas formamos parte de estructuras que producimos y reproducimos (Bourdieu, 1979) el discurso homofóbico, el cual permea en la cotidianidad, en el día a día, es parte del sentido común por eso es difícil reconocerlo. Para detectarlo se preguntó a los entrevistados el concepto de homofobia.

La mayoría de los prestadores de servicios tienen nociones del concepto homofobia. La conceptualizan no en su vertiente más ortodoxa sino que la reconocen en nociones de rechazo, repudio, intolerancia etc. La homofobia la identifican como estar

“en contra”, “rechazar” “miedo” “coraje”, “de plano no aceptar”, “no tolerar”, “no tragar”, “juzgar” y odiar al homosexual.

LAURA- ¿conoces el término homofobia?

ROBERTO:- sí, son las personas que están en contra de ser homosexual.

LAURA ¿Qué es para ti la homofobia?

EVELYN: homofobia, cuando rechazas a alguien. O sea, de plano no la aceptas

LAURA: ¿para ti que es la homofobia?

LUIS: homofobia pues es aquel que no le guste ver a un homosexual o una lesbiana que le da coraje o no lo tolera ni verlo ni escucharlo.

LAURA ah, tú conoces el término homofobia?

FRANCISCO: si, si lo he escuchado.

LAURA y cómo me lo podrías explicar.

FRANCISCO: o sea es lo que les pasa a los homosexuales que no los traga para nada.

LAURA tú conoces el término homofobia?

CECILIA: si

LAURA si, ¿qué significa para ti?

CECILIA: pues es una persona que odia, así o sea a los a los a los gays, a las mujeres que se hagan lesbianas.

LAURA: ¿conoces el término homofobia?

JAVIER: sí.

LAURA: y ¿cómo me lo puedes explicar?

JAVIER: como te lo puedo explicar, mira, la homofobia es ese ese sentimiento de aberración que sienten ante la expresión de los homosexuales, de la expresión de sus sentimientos, de su tipo de vida, de sus preferencias, y sí, yo lo he vivido muy cercana, te comentaba el hecho de mi mamá, es homofóbica completamente, al grado de que en uno de mis primeros trabajos eh, el dueño de la empresa era gay y simplemente no me permitió trabajar ahí iba a haber problemas porque era gay, no me quería ni cerquita. Supongo que tenía miedo, a lo mejor vio algo ella que jajaja y yo hasta ahorita no lo he encontrado pero si, a mi hermano también.

LAURA: ¿conoces el término homofobia?

LEYLA si

LAURA: ¿me lo puedes explicar?-

LEYLA pues son personas que no están de acuerdo con la homosexualidad, que simplemente les molesta, piensan que no es algo natural, que no es algo posible, incluso ya empiezan a meter religión y así.

LAURA:- ¿Conoces el término homofobia?

JAZMIN- si

LAURA:- ¿Cómo lo puedes explicar?

JAZMIN- aaah yo pienso que es aam.... De tener, no tanto miedo pero de juzgar a personas por sus tendencias sexuales y ponerle como una cosa como mala porque son así, y también falta de entender, entonces sale de algunas maneras diferentes, este tipo de fobia o así...

LAURA:- ¿Conoces el término homofobia?

CLAUDIA: Para mí la homofobia es... eh... La puedo catalogar de dos formas, para mí conozco gente que saben que es un gay o una lesbiana y la saludan hola que tal ¿cómo estás? Así bien, pero cuando están se refieren a ellos...con palabras eeeee, que dices tú, bueno, esa es tu forma, yo lo veo así, yo respeto su forma de ver las cosas ¿no? Pero para mí está siendo hipócrita porque primero lo saludas muy bien y luego ya se van o cuando se refieren a ellos en una plática donde no están y dicen este pinche.... Bla bla bla....no, para mí esa es una forma de homofobia, y la otra es la más crítica, ¿no? Que simplemente por el hecho de saber que son gays pues ya no les dan servicio, tratan de hacerlos sentir menos, o... así.

Lo cierto es que el discurso homofóbico es un discurso normalizado de la discriminación y se refuerza en los distintos ámbitos de socialización de la persona, la homofobia no tiene solamente una proyección de rechazo de no tolerancia, de oposición etc., también está presente de forma continua en nuestras sociedades de muy diferentes maneras. Existen expresiones de los entrevistados que mantienen un claro componente discriminatorio. Debemos decir que no encontramos un discurso homofóbico específico ni propio de una área del servicio turístico, tampoco encontramos una generalidad de discurso por género o por edad, mucho menos una homogeneidad por regiones de la investigación e campo. Por lo tanto creemos que el discurso homofóbico, forma parte del discurso cotidiano de cualquier persona.

Como sociedad hemos heredado una serie de discursos sobre la sexualidad y el cuerpo lo cual han ido dando significado a la existencia sexual de los individuos, que esta moldeada por las relaciones de poder. Esas relaciones de poder regulan, perfilan, circunscriben, mediante juicios previos o prejuicios la vida de las personas y sobre su sexualidad. Entre los discursos de los prestadores de servicios encontramos discursos homofóbicos en con sus diferentes matices; se presentó el ortodoxo, en donde la homofobia es considerada una aversión hacia la homosexualidad o a las personas

homosexuales⁶⁸ hasta una homofobia sutil -más difícil de detectar pero también se expresa con palabras y actitudes - basada en una “normalización” de la heterosexualidad. Veamos:

Las Infecciones de Transmisión Sexual (ITS) son transmitidas de una persona a otra por medio de ciertas actividades sexuales, independientemente de la identidad sexual del portador; no obstante, se manifestó el discurso prejuicioso homofóbico de que las prácticas homoeróticas de las personas LGBTTTTI fomentan las ITS.

La homofobia fortalece la intolerancia a la diversidad y facilita los abusos de autoridad. Promueve el odio entre los grupos y legitima la ley del más fuerte. Esa caracterización de superioridad y de inferioridad, de supremacía del heterosexual sobre el homosexual y negación de igualdad en derechos, normaliza la desigualdad. Los estigmas inmerecidos, prejuicios desventajosos, estereotipos enraizados y tabúes aceptados acríticamente son elementos que fortalecen en nuestros entrevistados su discurso homofóbico, como forma de discriminación basta con no querer ver a una pareja de hombres expresando afecto en público para así considerarlo.

Existe un entendimiento una socialización, los discursos de inclusión son nuevos y por eso hay una distancia entre el discurso y la experiencia emocional y práctica.

LAURA: si vieras a un par de hombres o a un par de mujeres, tomados de la mano o abrazándose, ¿cómo te sentirías?

EVELYN: muy raro, no me gusta... Jejeje (las risas fueron al unísono tanto de BEATRIZ y EVELYN)

EVELYN: no, me da... no es que tenga algo contra ellos pero si me siento incómoda, se me hace algo raro.

LAURA: ¿porque?

EVELYN: ay no, me siento incómoda, de hecho una vez me tocó ¿verdad mamá?

BEATRIZ: ajá.

EVELYN: y estaba una mesa llena de hombres, guapísimos todos ¿verdad? así súper, y yo encantada viéndolos y de repente vi a todos besándose y ya no quise volver a voltear nunca.

BEATRIZ: eran parejas

La homosexualidad y la homofobia es cuestión de derechos humanos. Es una forma de discriminación el negar la igualdad de derechos y su ejercicio igualitario para todas las personas sin importar su identidad sexual. Aún con la jurisprudencia que

⁶⁸ La definición de homofobia se tomó de la RAE <http://dle.rae.es/?id=KbVHzwk>

emitió la Suprema Corte de Justicia de la Nación (SCJN) de declarar inconstitucional las leyes de los estados que definen al matrimonio como la unión entre un hombre y una mujer, encontramos expresiones en el discurso de nuestros entrevistados la negativa de hacer validad esa jurisprudencia. De igual forma pese al fallo de la SCJN a favor de la adopción de menores por parejas homoparentales los entrevistados presentan un dilema en el debate de la adopción de menores por personas de la comunidad LGBTTTI presentando una postura en contra de este fenómeno pero sin fundamento científico y objetivo.

LAURA: Creen ustedes que las personas lesbianas tengan los mismos derechos que las personas heterosexuales, que las lesbianas y los gays?

EVELYN: No, no, eso de que adoptan bebés, no estoy de acuerdo con eso.

LAURA: porqué, pláticame.

EVELYN: porque desde chiquitos el niño crece con una mentalidad de más libertad, más libertinaje con más libertinaje pues. Le enseñan así como, por ejemplo si el niño es hombre, o sea si crece con unos papás gays pues se va a ir por ese lado así.

EVELYN: y pues...

LAURA: pero que se casen por ejemplo?

EVELYN: ah no, eso sí.

LAURA: ¿tú crees que tengan los mismos derechos civiles?

MARIO: sí, claro

LAURA: por ejemplo que se casen, que puedan adoptar hijos...

MARIO: mira ok yo te voy a decir, creo en la naturaleza y creo que la naturaleza no se equivoca nunca se equivoca, a unos nos hizo hombres a otras las hizo mujeres a unos los hizo macho a otros los hizo hembras y en ese sentido yo respeto, soy muy respetuoso en ese sentido, respeto yo los cambios que pudieran tener en esa forma y ahora si me preguntan a mí. ¿estás... estás en acuerdo que adopten, que tengan los mismos derechos que esto que otro?, te puedo decir que si pero yo creo que la pregunta no sería no debería de hacerle la pregunta al gente común y corriente yo creo a quien deberían de hacérsela la pudieran hacer más directamente a un hijo de ellos y te lo voy a explicar porque, porque yo te puedo decir que si y a mí no me afecta y no me va a afectar porque me va a importar un reverendo cacahuate lo que ellos o ella hagan pero si, por decir ya vez como son los chamacos en las escuelas y si llega un plebe de 8 años con dos papas: oye guey y tu mamá?... Yo creo que la pregunta se la tendría que dirigir a él, a quien realmente le puede afectar, si porque o sea, se lo preguntas a alguien que no tiene nada que ver en ese sentido ahora desde el punto de vista personal que si estoy de acuerdo o no estoy de acuerdo, bueno pss ese sería otro boleto pero te digo, si creo que la pregunta no es para mí.

LAURA: oye Oscar ¿y te ha tocado ver a hombres agarrados de la mano? O ¿mujeres agarrados de la mano aquí?

ARTURO: no, realmente; realmente no nos ha tocado, este, ver ese tipo de show ¿no? Si hemos visto a mujeres, este, pero muy, muy a lo largo y, básicamente pues es como que si no... digo, un beso puede ser algo muy normal en cualquier parte ¿no? Mientras no sea un beso que, que realmente ya no sea un beso, sino otra cosa ¿no? (ajá... asienta LAURA:) pero yo digo que cuando veamos esa; por lo menos en mi persona y como encargado, si yo veo un acto que realmente no puede ser, no se puede hacer en, en público (mjm... LAURA:) si me vería obligado en la necesidad de decirle “oye, ¿sabes qué? No es el lugar” ee...

LAURA: cuando has recibido gente, que tú consideras que es, este, homosexual ¿ha habido queja de algún otro cliente? Que te diga “oyes ¿sabes qué? Allá están tomados de la mano esos” o “están tomados de la mano las muchachas”...

ARTURO: no, yo creo que la crítica es entre, como, como la clásica carrilla del, del ser humano, del mexicano más que nada que somos muy carrilludos, este, de que “hay mira, ¿ya los viste?” O “mira”, este “ahí viene alguien para ti”, pero es carrilla muy leve que se da y se hace dos-tres carrillas y pum se acabó ¿no?

ARTURO: mmm no, este, yo he ido, hace como un año más o menos; digo, mi trabajo no me permite salir mucho ¿no? Pero hay un lugar en Guaymas que se llama “blue” ahí, te voy a decir fue debut y despedida ¿no? Realmente aquí los fines de semana son los días que más trabajo, yo descanso, este, martes y miércoles. No, miércoles y jueves cada dos semanas; vino un primo de vacaciones del otro lado pues ¿a dónde voy? No, pues ¿a dónde vamos? Este, pues ya hablando así abiertamente, pues a un “table” ¿vamos al table pues!, estaba cerrado el table; no pues ¿a dónde vamos? No pues, vamos al “blue” entonces; entonces, este, entonces llegamos, nos metimos y, pues vimos a, a parejas y de repente vimos entrar a, a travestis; entonces le, le hice carrilla a mi primo porque se le quedó viendo y “mira, ya llegaron las buenas” y ya cuando se fue acercando ya vimos que, pues que era travesti ¿no? Entonces pues sacamos risión de eso ¿no? De que “mira, órale para que te lo lleves” y eso; pero pues, tranquilo ¿no? No, nada de estarlos señalando ¿no? Entonces sí, ya después supe que si iban de todo ¿no? Como es el único abierto van pues, de los dos géneros ¿no? Pero va, va mucho...

OSCAR:- claro la atención es normal para todos, yo en lo personal, no hablando en nombre del dueño, yo como encargado, yo no tengo diferencias con nadie, y mientras vengan vestidos normalitos, se comporten, se la pasen agusto, que bueno que vinieron, que les vaya muy bien, -oye, vesitiditos normalitos que no vengan muy gay, muy jotos con pelucas sí, yo te voy a decir algo, a mi me ha tocado ver heterosexuales que han llegado aquí al negocio y ver a una mujer de carita finita, bonita, cuerpazo, pero al final de cuentas como ya tienes, ya conoces a la gente, me entiendes, a veces quieren hacer la voz finita, pero los traiciona su ronquera.

LAURA: por ejemplo tu tendrías incomodidad de que algunas de tus hijas o tus nietas o tu hermana fuera homosexual?

CECILIA: pues mm no sé, a lo mejor si me sacaría de onda, o sea, si porque yo de repente, yo tengo una hija y de repente veo que se la lleva con una muchachita y mi amor y que ven pa'ca y yo como no estoy educada a tanto así, es que ahora así se usa mami me dice.

LAURA: ¿por ejemplo para ti sería más difícil aceptar a tu hija así que atender a un cliente?

CECILIA: yo creo que sí.

LAURA: tú crees que aquí en Hermosillo, en Sonora, esté preparada la cuestión turística para recibir a gente gay?

CECILIA: mm no creo.

LAURA: no crees, ¿por qué no?

CECILIA: porque, como que todavía se cuidan mucho del que dirán, como que se cuidan mucho de que si acepto a este grupo aquí o sea como que dicen, se va a quemar, o va a perder clientela.

La homofobia, como forma de discriminación se expresa en maltrato, en abusos, en exclusión y ruptura del tejido social. La negación de igualdad de derechos para las personas LGBTTTI hace imposible las relaciones interpersonales en el respeto y el reconocimiento mutuo.

Observamos como en un sentido somos abiertos para hablar de respeto e inclusión, pero en otro no estamos preparados para que sea una verdadera realidad, los derechos son inalienables para todo el ser humano, pero en nuestra sociedad heteronormativa muchos piensan que para la comunidad LGBTTTI esos derechos deben ser manejados de manera independiente y estudiarlos a fondo antes de “otorgárselos”.

LAURA:- aja...a todos por igual...eehhh.... ¿tú crees que se le discrimine...que aquí en Sonora?... Bueno específicamente aquí en Álamos, ¿se le discrimine a las personas por si orientación sexual? Que se les niegue algún servicio, que se les trate diferente.

MARLA:- ya no sé si en los servicios, tal vez en los servicios no porque yo creo que todos los establecimientos nos podemos estar quejando de la clientela que nos llegue, o sea mientras sean clientes, adelante ¿no? Y mientras no falten al lugar, o sea en la moral y lo que sea, yo creo que no tanto de discriminarlos en los establecimientos, pero a la mejor si y las personas, la gente, si los rechaza un poco porque...sabe... Aquí es muy difícil pues de que se vea bien la gente.

4.3.6.11. El prestador de servicios turístico del estado de Sonora reconoce que vivimos en una sociedad homofóbica. Las tradiciones judeo-cristianas prohibieron la

homosexualidad, la hicieron un pecado, la legislación la consideró un crimen y la ciencia del siglo XIX una patología. Aún con los cambios de perspectivas en donde la legislación salvaguarda -en teoría- la dignidad de las personas disidentes del sistema sexo y género y que hace más de 4 décadas dejó de considerarse a la homosexualidad una patología, todavía en gran parte del estado de Sonora, las personas disidentes del sistema sexo-género son objeto de persecución, hostigamiento y violencia. En este análisis vamos a intentar dar una visión global de esta situación, a través de las experiencias y expresiones de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora.

LAURA: ¿Qué es para ti la homofobia?

EVELYN: homofobia, cuando rechazas a alguien.

LAURA: ajá

EVELYN: o sea, de plano no la aceptas.

LAURA: y ¿crees tú que las personas tenemos homofobia a las personas con orientación sexual distinta a la heterosexual?

EVELYN: yo creo que la mayoría sí.

LAURA: voy a regresar un poquito a otras preguntas de homosexualidad, ¿crees que sea difícil para una persona aceptar su homosexualidad ante los demás? y ¿por qué?

JAVIER: bueno, aquí en Sonora sí.

LAURA: ¿por qué en Sonora?

JAVIER: porque no estamos tan abiertos, ni culturalmente como para aceptar a este tipo de relaciones tan fácilmente, tan abiertamente, aún en, te puedo decir, en un 75% de la población hay ese pensamiento retrógrada ¿no? De que los gays son algo aberrante o algo así y eso con el común de la gente te lo encuentras y si tú te das cuenta, en cada familia hay uno, en cada familia hay uno, en el mío hay cuatro.

LAURA: y ahorita me dice usted que como empresario, como, como trabajador del servicio de hotelería; que aquí no hay género, que se recibe a cualquier persona, que, que el rechazo o la aceptación depende de la conducta. Si por ejemplo, ya aceptaron a una pareja, ya los registraron y todo; y esa pareja va por la playa, por la laguna aquí caminando o por la alberca, tomados de la mano ¿cree que causaría algún problema aquí al hotel?

JUAN: problema no; tanto como problema no. No, no podríamos llamarle “problema, de que alguien los vea, y que la gente todavía no, no estamos así tan, tan abiertos ¿no? Mentalmente a... llamarnos la atención claro.

LAURA: ¿crees que las personas que son LGBTTTTI son discriminadas?

FEDERICO: pues aquí en el restaurante no, pero me imagino que en otras partes pues....hay de gente a gente pues que mira...lo mira raro, lo miran mal...

LAURA:- aja... ¿porque crees tú que lo miren mal?

FEDERICO: pues hay gente sangrona la verdad, son muy así, ¿no? Y deste pues yo por mí, allá ellos y también hay mucha gente que también pensamos igual.

LAURA:- oye y ¿porque crees que sea sangrona la gente? ¿Que no lo quieran o que lo rechazan o lo ven mal?

FEDERICO: pues la verdad no lo sé la verdad, o sea yo, no sé.

LAURA: ¿Qué opinas de las personas que tienen relaciones afectivas y sexuales con alguien del mismo sexo?

WENDY: Me parece algo muy respetable antes que otra cosa, cada quien tiene su personalidad y su identidad sabe lo que busca y adónde va, y alguien que lo hace por experimentar o algo ya siento que es por un juego, pero muchas veces ya es una relación formal así como nosotros una pareja de otro sexo, pues yo me imagino que ellos se encuentran, conviven el uno al otro, se apoyan, así como nosotros vamos al súper y al cine ellos también, solo que ahorita siento que ellos están, esto esta tan tabú todavía para la gente pues yo siento que ellos no pueden andar en la calle como les gustaría hacerlo porque la sociedad los tiene muy tachados muy marcados todavía.

LAURA: ¿Porque crees que sea un tabú?

WENDY: Porque hay mucha gente que no lo acepta, que no debería de preocuparse de que eso pasa, pero mucha personas por ejemplo que por sus hijos y que no sé qué mi hijo no quiero que vea eso porque va a querer hace lo mismo, creo que esas personas piensan que eso sucede si ven a un gay, porque las viejitas uyy no es algo inaceptable y no y creo que hasta para las misma familias, por ejemplo el contárselo a la misma familia cuando eres gay creo que es algo muy fuerte.

Nos debenos acostumbrar a que ahí están y no debemos tenerlos en categorías, si siento que debería de haber más lugares en donde ellos pudieran ir, como todavía no es aceptable, debería haber lugares en donde ellos se sientan más cómodos, que las personas no los estén volteando a ver como bicho raro, sino al contrario que ellos puedan llegar a restaurants y ser clientes normales.

También creo que no es tanto por la sociedad sino que ellos mismos se están reservando a eso de que siento que son ellos mismos que no salen algún lugar porque ellos sienten que los van a poner en categorías, porque la gente no acepta de que se estén haciendo una caricia o un arrumaco con su pareja, de agarrarle el cachetito con un hombre porque dices oye que ondas!!!

Es importante considerar que al vivir en un mundo globalizado el pensamiento de las nuevas generaciones se inclina a la aceptación e inclusión, los jóvenes ven a los

homosexuales o lesbianas como personas “normales”, siempre los han visto, a diferencia de las personas mayores de 50 años que tienen sus reservas y en algunos casos denotan homofobia, ya que crecieron en una sociedad donde apenas se estaban dando los primeros pasos en la inclusión de la comunidad LGBTTTI y en la promoción de sus derechos.

En las entrevistas notamos ambos puntos de vista, pero nos percatamos que a pesar de la lucha generacional de ideas que combinada con un entorno que públicamente acepta los derechos pero por otro los limita, se externalan en su mayoría muy abiertos y refiriéndonos al prestador de servicios muy receptivos a la aceptación ya que significa aumento en sus ingresos, independientemente de las preferencias de sus clientes.

Las relaciones de poder, condenan más al hombre (sexo biológico) que asume una identidad y/o una actitud femenina. La homofobia condena todo aquello que sale de los parámetros establecidos en este caso los roles de género socialmente construidos.

LAURA: ¿a quién crees que se le discrimine más? Al gay afeminado, a la lesbiana masculina.

JAVIER: generalmente la discriminación más o menos está: el hombre discrimina al gay y la mujer a la lesbiana.

LAURA: sea, la mujer heterosexual discrimina a la lesbiana?

Gschl-ajá-

LAURA: y el hombre heterosexual discrimina al gay?

JAVIER: simplemente fíjate en las relaciones de amistades en la escuela, las mujeres tienen sus amigos jotos, así les dicen, o jotas, tienen así a su grupo o varios y las, y los hombres tienen a sus amigas lesbianas pero es más difícil la relación así...

LAURA: - de mujeres hetero a lesbianas-

JAVIER: ajá.

LAURA: y al transexual, ¿crees que se le discrimina más que a la lesbiana y que al gay?

JAVIER: no nada más se le discrimina más, se le ataca, no es nada más discriminación, se le ataca.

LAURA: En qué sentido?

JAVIER: por ejemplo, a mí me ha tocado ver mucho en “partys”, en antros, si alguien está ya borracho y ve a un transexual con toda la indumentaria y todo, me ha tocado ver que hasta se le quieren agredir a golpes

LAURA: ¿tú crees que al transexual se le ataca más?

JAVIER: se le agrede

LAURA: – se le agrede más-

JAVIER: yo pienso que es agresión y con la lesbiana no sucede.

LAURA: – ¿con la lesbiana femenina?-

JAVIER: si,

LAURA: - o con la lesbiana –

JAVIER: no, con ninguna de las dos

LAURA: –¿con ninguna de las dos?

JAVIER- a mí no me ha tocado presenciar, ni me ha tocado en medios.

LAURA: te ha tocado ver más burlas para el gay que para la lesbiana?

JAVIER: más al transexual.

Cada vez hay más ciudades y países que buscan desarrollar una apertura y propuestas específicas hacia el colectivo LGBTTTI. La ubicación geográfica de Puerto Peñasco favorece para recibir turistas de Estados Unidos y el proceso de aculturación por el que transitan los residentes del lugar permite que el destino se convierta en una ciudad, a juicio de los entrevistados, libre de homofobia.

FRANCISCO: (el comportamiento del gay es) como te digo yo, es el nivel de educación que tengan, y quien sabe ellos porque también viven una vida muy cabrona, no se sabe si vivieron escondidos toda su vida y después salieron, no sé, la historia es muy diferente de cada persona en particular de ellos, y la sociedad los ha ido aceptando poco a poquito, más que nada aquí en México, bueno, en estados unidos y aquí yo creo que ya es igual, Peñasco depende mucho de estados unidos y aquí como que es lo mismo, tal vez más al sur es más machista, pero aquí en particular la verdad no creo que se les discrimine.

4.3.6.12. Morbo social hacia lo diferente. No es fácil reclamar el reconocimiento de una sexualidad o de un género cuando se está al margen de la configuración bidimensional de los pares taxonómicos hembra-macho, mujer-hombre, o lo que es lo mismo del binarismo de sexo o el binarismo de género, de una sociedad patriarcal y heterosexista.

Para los entrevistados existe la percepción de que deberían tener sus propios espacios, que la sociedad no está lista a las demostraciones de afecto entre personas del mismo sexo, mientras que por otro lado, el miembro de la comunidad LGBTTTI no quisiera ser tratado de manera diferente y ser un miembro más de la sociedad, sin pretensiones, ni miedos, sólo ser.

LAURA: Como es el trato al recibir al cliente

MARÍA LUISA: Es exactamente el mismo, se recibe como un cliente normal, obviamente esteeee cuuaaaando su sexualidad es muy muy notoria si hay comentarios como: ay lo viste! Ay que cosa!, todavía me imagino que no lo vemos como algo normal

LAURA: ¿Hay comentarios entre ustedes?

MARÍA LUISA: Comentarios en general, incluso de otros huéspedes que si llegan y ven a alguien así registrándose y hacen gestos como ¡ouch!

LAURA: Como molestia

No, como morbo

LAURA: Me vuelves a comentar a verlos como personas normales...o sea tu crees que los vemos cómo anormales?...

MARÍA LUISA: yo creo que sí, o sea para nosotros, creo que en general una persona normal es hombre mujer o una relación normal es hombre – mujer y ya te sales de eso y eres gay pues es anormal

LAURA:- ¿Qué piensas si ves una pareja del mismo sexo mostrando su afecto en público?

MARLA:- pues a lo mejor por el lado morboso y así, ya sabes que muchos hombres así que "ay, dos mujeres! No sé, yo pienso que todos se ven igual de mal dando espectáculos.

ROBERTO:- y había otras americanas que viven aquí, tienen su casa y tenían un negocio también aquí en el terracota, de que era de libros y artesanías y jamás hubo algún problema. Si, la gente decía por el morbo de "ay mira, son lesbianas" pero ahí quedaba.

LAURA:- oye LUIS y ¿te ha tocado ver personas tomadas de la mano? ¿Del mismo sexo?

LUIS: si, si me ha tocado, si.

LAURA:- y ¿te ha tocado por ejemplo escuchar burlas, discriminación hacia ellos, que les griten cosas?

LUIS: pues mira no me ha tocado, pero lo que si me ha tocado ver es que se les quedan viendo, por ejemplo ver a un hombre y un hombre tomados de la mano, llaman la atención. Eso sí me ha tocado ver que la gente se quede viendo. Pero que les digan algo, a mí no me ha tocado la verdad.

LAURA:- ¿qué piensas tu cuando vez una pareja, lo mismo tomados de la mano, a un transexual a un travesti?

LUIS: pues lógicamente si existe eso de que te les quedas viendo, pues para mi hasta ahí nomás, lo miro, ya, hasta ahí.

4.3.6.13. Violencia simbólica. Como seres humanos tenemos la capacidad de actuar de diferentes maneras, de elegir dentro de una gama de opciones para la acción y cuando esas acciones están condicionadas ya sea por la fuerza, la violencia o la ausencia del capital simbólico porque nuestras acciones están representadas por lo negativo, lo sucio, lo malo, lo raro, lo impropio etc., entonces estamos inmersos en relaciones de poder que implica hospedar en nuestro ser al *poder de representación* y hacerlo evidente en la organización de nuestras prácticas, deseos, fobias, placeres y más a un lo evidenciamos en los calificativos que damos a nuestras acciones.

De acuerdo a los y las entrevistadas proporcionan un servicio sin discriminación al cliente de la comunidad LGBTTTI sin embargo esa oferta ha sido insuficiente para crear espacios inclusivos para las minorías sexo-genéricas, en donde les sea permitido “transgredir el sentido de los límites” de los que son presa por la violencia simbólica a la que son sometidos en la subjetividad de vivir en una sociedad heteronormativa, es decir en donde las personas de la comunidad LGBTTTI tengan espacios para ser libres a nivel de género, de afecto, de erotismo, espacios que hablen de sus realidades, de sus afectos, de sus necesidades, espacios en donde puedan exponer su pertenencia a un colectivo donde involucran identidad en donde puedan sentirse libres y seguros, en donde no auto limiten las expresiones de afecto con su pareja, pertinencia social y de libertad. La dominación, dice Bourdieu, independientemente de las armas más concretas de las que se valga, tiene siempre una dimensión simbólica en la medida en que los actos de obediencia y sumisión –en absoluto actos de plena conciencia- son actos de conocimiento (de una estructura) y de reconocimiento (de una legitimidad) que los priva de la posibilidad de mantener una identidad pública legítima. Veamos:

Marla reconoce que las personas no heterosexuales batallan para ser aceptados

LAURA:- este... ¿tú crees que es difícil que la gente que tiene una orientación distinta a la heterosexual que le sea difícil ser aceptada?

MARLA:- yo pienso que sí, y no tanto por ser aceptada sino que siento yo que batallan ellos mismos para aceptar que la gente los vea bien.

Rosalba habla de un “entendimiento parcial” no se dice no se pregunta y eso se asume como respeto

ROSALBA: hay para todo, ¿verdad? Fíjate que yo tengo un hermano que te digo que él si es declarado y todos y tengo otro hermano que a nosotros nos llegan rumores que él es, el amigo mío y el amigo del memo es el que

más me ha dicho cosas, pero delante de nosotros el otro hermano que tengo, nada!! Pero nos enteramos de que está enamorado del doctor fulano de tal, por ejemplo y el de repente se le sale pero borracho, pero no!!! ...todavía si se reprimen, y tengo otra hermana es la mayor, que ella vive con su pareja, todos sabemos que es su pareja ella no lo ha dicho, nunca la hemos visto ni abrazándola, no besándola desste disque duermen en camas separadas....pues, como mi hermana tiene una hija discapacitada y duerme con la sobrina discapacitada y en la otra cama la pareja, pero nunca hemos visto nada.

LAURA: ¿pero ella si les ha dicho a ustedes?

ROSALBA: sí, todos sabemos unos nos hacemos, todo normal, entiendes Tampoco lo voy andar publicando ni diciendo las personas cercanas son las que sabemos, me entiendes!! Pero todos saben pues.

El problema es el “exhibicionismo” y la carrilla establece límites al comportamiento.

LAURA: ¿crees que sea difícil para las personas heterosexuales que acepten a las personas de la comunidad LGBTITI? ¿Crees que aquí en Peñasco les parezca difícil ver a personas dándose muestras de afecto, como un beso a lo mejor, tomados de la mano?

CLAUDIA: mira, aquí en Peñasco tal vez si, bueno creo que en algunas ciudades, hasta en la ciudad más abierta a eso, va a haber alguien de la sociedad que sea muy conservador, si hay personas muy conservadoras, pero también (pausa de dos segundos) he conocido parejas que son gays y llevan una relación súper padre y no porque sean pareja tienen que andarse mostrando afecto, ni, a lo mejor porque así lo han decidido, porque les funciona, igual como hay parejas heterosexuales que son exhibicionistas también hay parejas de homosexuales que son muy exhibicionistas, y tanto las hay las que no son exhibicionistas de las dos partes.

LAURA: cuando has recibido gente, que tú consideras que es, este, homosexual ¿ha habido queja de algún otro cliente? Que te diga “oyes ¿sabes qué? Allá están tomados de la mano esos” o “están tomados de la mano las muchachas”...

ARTURO: no, yo creo que la crítica es entre, como, como la clásica carrilla del, del ser humano, del mexicano más que nada que somos muy carrilludos, este, de que “hay mira, ¿ya los viste?” O “mira”, este “ahí viene alguien para ti”, pero es carrilla muy leve que se da y se hace dos-tres carrillas y pum se acabó ¿no? Como te digo no; este, no se ha dado eso y yo pienso que hasta ahorita, la misma gente que viene tiene ese criterio de que, pues no, no están en el lugar donde puedan estarse exhibiendo así y, hasta ahorita no he tenido ese problema.

Aun que se reconoce la necesidad de lugares propios para la libertad expresiva (exhibicionismo) el prestador de servicio no ofrece el espacio público en donde la

persona LGBTTTTI no sea acreedora a burlas, carrilla, miradas de sorpresa o llamadas de atención.

LAURA: ¿Cómo es el perfil de los clientes LGBTTTTI, que te visitan?

OSCAR:- así ese tipo de cosas, no son de los que se embrutecen, muchas de las que conozco, que vienen aquí al bar, son personas con sus límites, 4 ó 5 bebidas y san se acabó, porque creo que ellos saben o han tenido experiencias en donde se han pasado de la raya y les empieza a aflorar mucho más, más y más y es cuando empieza el coqueteo, el flirteo con la demás gente y como aquí en Sonora y luego como que este no, y es ahí donde empiezan los problemas.

LAURA: Y es diferente atender a clientes lgbttti?

OSCAR:- sabes que no, como te digo, es demasiada gente, cuando vienen a lugares públicos es mucha, es, lo hacen con un poco de miedo, que la gente descubra esa situación, me entiendes, de hacerse pasar como mujer y al momento que te descubren que eres hombre, por la burla, por el, las ofensas y ese tipo de cosas, como te digo, muy rara vez, creo que una vez o dos han venido ese tipo de personas aquí. Y así como vinieron, se fueron y nunca volvieron.

LAURA: ¿Crees que se deban ofrecer lugares específicos para personas LGBTTTTI?

OSCAR: noo, si ya hay aquí en Hermosillo lugares como te digo para ellos, aunque de hecho debería de ser todo Hermosillo, o sea no debería haber discriminación,

LAURA: ¿porque?

OSCAR: porque es gente normal como nosotros ¿me entiendes? –como una inclusión, no lugares específicos para ellos- si sabes que tú puedes entrar aquí, adelante, pero ellos mismos se buscan sus puntos

LAURA: ¿porque?

OSCAR: porque se sienten más agusto en reuniones entre ellos, por ejemplo si llegan aquí no pueden quitarse la camiseta, bailar pegaditos, ¿porque? Porque ellos mismos se ponen esa traba a la sociedad, me entiendes? Que piensan se van a enojar estos, nos van a ver feo y ya cuando se juntan ellos pues ya se deschongan, agusto, nadie les dice nada, están en su lugar, ahí la persona heterosexual es la que estaría siendo la persona diferente, se pondrían en los zapatos de ellos salir a esos lugares, así sería la cuestión

LAURA: Ver a una pareja de gays, ¿que sientes? ¿Sientes lo mismo de ver a dos mujeres que a dos hombres?

PACO: eh por ejemplo hace más de diez años, no, a esta hora (aproximadamente eras las 5pm) por decir, en la tarde, de día, no veías, o sea, no, y hace poquito me tocó ver a dos muchachos agarrados de la mano y luego se abrazaban y dije ah pues una pareja, pero no lo veías hace diez años, los veías en la noche o si ibas a un lugar, a un antro, ya ves que hay hasta lugares especiales.

PACO: y ya en la noche, si es de noche se pasa, pero en el día nunca me había tocado ver así.

LAURA: ¿y qué piensas al verlos?

PACO: igual y lo que he, he, he visto tanto como en las lesbianas que me ha tocado ver o en los gays, ellos también respetan las áreas por ejemplo, se puede decir un parque, ¿no?

PACO: o cerca de una iglesia, por las horas, como que ellos en sus momentos se demuestran su cariño pues, que no tiene de malo a la hora que lo hagan, pero haga de cuenta que en una escuela así, me imagino que no harían eso no? O sea, es como uno, aunque tuvieras tu pareja normal, también hay niños y gente mayor, entonces es lo que he visto que ellos también respetan las áreas y así.

Al mismo tiempo los prestadores de servicios observan que la sociedad cambia, que los clientes o turistas transgreden esos "límites", no es algo que se esconde, que se reserva para la noche, también en el día, el cliente/turista LGBTTTTI está cambiando.

La noción de violencia simbólica invita a pensar, en el fenómeno de la dominación en las relaciones sociales en el que acepte la discriminación "La violencia simbólica es esa coerción que se instituye por mediación de una adhesión que el dominado no puede evitar otorgar al dominante (y, por lo tanto, a la dominación) cuándo sólo dispone para pensarlo y pensarse o, mejor aún, para pensar su relación con él, de instrumentos de conocimiento que comparte con él y que, al no ser más que la forma incorporada de la estructura de la relación de dominación, hacen que ésta se presente como natural..." Fuente especificada no válida. La violencia simbólica funciona en la medida en que para su existencia y perduración cuenta con la anuencia, dice Bourdieu, de los agentes sociales. Veamos cómo los agentes "dominados" los clientes, son cómplices de la misma dominación social que en cierta medida han normalizado la violencia y discriminación de la cual se sienten acreedores.

LAURA:- oye y ahorita algo que se me paso y me fui a otra pregunta... cuando está el Alfonso Ortiz Tirado que recibes todo tipo de clientes. Si hay más desastres, desmanes que borracheras gritos, pleitos, es por ejemplo, más de los gays o más de las personas que no parecen gay?

ROBERTO:-¡¡más de los que no parecen!!...este año pues hubo uno ¿no? Hubo todo el gentío la fiesta ¿no? Y de repente empiezan a gritar "puto, puto, puto" entonces dije yo "a carbón que estará pasando" ¿no? Entonces alguien se está peleando ¿no? Entonces me dice una amiga, "ven pa' que veas!" y entonces estaba un gay bailando ahí....no me dijo gay porque venía vestido...me dijo un travesti..."un travesti está bailando arriba de una hielera" no? Y entonces estaba ahí en lo más ancho, por donde va el de la

bicicleta ¿no? (apunta en dirección al frente de su café en las escalinatas) arriba de una hielera bailando ¿no? Todo estaba atascado de gente, los escalones, los alrededores; si caminas, caminas así pegado y ahí estaba bailando, y todos gritaban pero no era como una ofensa de decir “hey puto” sino que por el morbo y luego como estaba bailando era como para...motivarlo entonces pues. "puto, puto, puto" algunas caras las veías y eran como de sonrisa y pues a lo mejor era en tono burlón pero pues ya ahí estaba...y ya...bueno pues el otro año estaba uno acá atrás arriba de una troca bailando...pero pues ya no es así como que toda la semana, todos los días...un ratito y se acabó el show porque no falta el borracho que se le levanta el vestido, le da una nalgada, y pues al otro no le pareció y se la regreso pero no paso a mayores, se acabó el asunto y ya.

MARIO: si, de echo dentro de los grupos de amistad que yo tengo aaaa hay dos, y son mis proveedoras también ellas, hago negocios con ellas; son una pareja son dos mujeres y si las he visto besándose y todo pero pues o sea no nos causa, dentro del círculo de amistades que tenemos nosotros no nos causa o las que yo tengo pues no nos causa asombro.

LAURA: a qué crees que se deba que no les cause asombro como a otras personas que si se sorprende inclusive se molestan.

MARIO: yo creo que posiblemente porque las conocimos, si no las hubiéramos conocido en el sentido de que son jóvenes empresarias las dos, tienen una empresa, están chambeando las dos, la llevan para adelante y a toda madre se las llevan ella vienen y platican con nosotros y nos ponemos a cotorrear y dentro de las cosas obviamente ya en el sentido de amistad lleva también un, nos lleva a otras cosas no, y nos lleva a la llevadera si les damos carrilla, y ellas nos dan carrilla a nosotros también a mí y a mi pareja como heterosexuales nos dan carrilla como: hey cabrones ustedes no saben ni que pedo!!! Jajaja

De aquí observamos que sobre violencia homofóbica y/o verbal de parte del “travesti”, se ve reto, atrevimiento, valentía y una reacción homofóbica estereotipada y estigmatizada del público y esto lleva al tema de que no se trata de “reeducar a prestadores de servicios turísticos”, sino a la comunidad en general.

4.3.6.14. Evolución social: hacia una integración social de la disidencia sexo-genérica. Si bien en la sociedad actual hemos sido testigo de grandes cambios sociales que proponen una sociedad más justa, con leyes incluyentes, trato igualitario y respetuoso hacia toda la comunidad especialmente a la comunidad LGBTTTI es importante comenzar el debate y reflexionar sobre discurso social y cultural que han generado estos avances y el impacto que ha ocasionado en la percepción de los prestadores de

servicios turísticos del estado de Sonora hacia la inclusión social de la disidencia sexo genérica.

Los entrevistados reconocen que en las últimas décadas se percibe una evolución hacia la integración social de la comunidad LGBTTTI. Los prestadores de servicios observan que hay cambios y los valoran de manera positiva, incluso en algún momento lo ven como algo personal, el ser más tolerantes y abiertos los hace sentir “mejores personas”. Veamos:

MARIO: Pues más gente, estamos hablando del 2008, 2009, 2010...no estaba tan abierto este tema y pues no había tanto, si nosotros tuvimos 20 habitaciones vendida para ellos de 208 pues son pocas.

MARIO: [...] yo creo que ahorita la cultura está muy abierta a este tema y siempre y cuando se respete el género de cada quien no tiene que haber ningún problema.

JUAN: Yo pienso que es, es como te digo ¿no? Y como te decía al principio; yo creo que todo es “evolución”. A mí ahorita el, el, el ver y entender y leer; que, hace sesenta años la mujer no podía votar ee digo yo ¿Cómo es posible eso? ¿No? Y como era el, el “yugo” ¿no? De ¿sabes qué? Tú nada más en la casa y tener hijos ¿no? O sea un tanto machista (Si, per, pero igual ¿no? Ee igual era en lo anterior, era de, de el “matriarcado” ¿no? (Ajá...LAURA:) pero estamos hablando de, de mucho más tiempo que casi ya los que estamos, ya no nos acordamos de eso ¿no? Ni nuestros... Pero en algún momento de la vida fue un “matriarcado”; pero te digo; sí tendemos a ser, este, ee intransigentes ¿no? En eso. Incluso yo pienso que; que va a llegar el momento que, en que el hombre llegue a tal superación que se va a avergonzar del matrimonio

JUAN: Bueno, yo pienso que; puede algo ee como en todo ¿no? Si nuestro nivel de ee ya no digamos cultural ¿no? Sino de, mmm ¿Cómo, cómo pudiéramos decirle? De alguna tipo de superación ¿no? (Mjm... LAURA:) porque en cuanto no conoces algo, o no entiendes bien las cosas; puedes tener muchos rechazos a muchas cosas ¿no? Pero en cuanto abres tu mente para otras cosas, entonces, yo entiendo que puede ser así; para mí... Más joven pudiera ser eso motivo de, de rechazo; no así como tal de que “no te me acerques” o algo, pero era así como que pues; no, no, “no prefiero que estés cerca de mí” ¿no? Aun sin embargo, ahora ya, pues ya lo ves así como más normal ¿no? Y hay, siempre un poco más de apertura; hacia toda la población.

LAURA: ¿Por qué crees que suceda esa apertura? ¿A qué cree que se deba?

JUAN: Mmm “evolución” (Mjm... LAURA:)

LAURA: ¿Evolución cultural? ¿Social? ¿De...?

JUAN: social, si de todo.

LAURA: *Evolución social...*

JUAN: *Vamos mejorándonos, vamos siendo mejores; más tolerantes (Y se sonríe)*

LAURA: *Oye, que piensas al observar a dos hombres dándose muestras públicas de afecto, sosteniéndose la mano, besándose, abrazándose.*

OSCAR: *Pues eso, ya, si hubiera sido en los setentas, ochentas, hubiera sido el acabose, pero ahorita es normal.*

LAURA: *– ¿entonces crees que las cosas han cambiado?*

OSCAR: *- sí, como no –*

LAURA: *¿Qué significa para ti que alguien sea homosexual?*

MARÍA LUISA: *Que alguien sea homosexual eeeee, primero yo creo que , yo no soy de las personas que respeto muchísimo, tengo muchos amigos que son homosexuales; creo queeeee son personas comunes y corrientes, como nosotros...nada más que en la parte de la sexualidad tienen sus propios gustos sus propios intereses, la verdad a míiiii no me afecta en lo más mínimo, esteee se me hacen personas en verdad muy valientes, porque el liderar con una sociedad en la que no estamos preparados, por más que haya platicas, no estamos preparados para ver a dos hombres agarrados de la mano, o besándose así libremente, las personas que son homosexuales y deciden destaparse la verdad que mis respetos.*

LAURA: *¿Porque crees que no estamos preparados?*

MARÍA LUISA: *Por la cultura, creo el machismo que viene desde hace muchísimos años, todavía lo traemos por ahí arrastrando y aparte creo que no ha habido, psss no sé si les corresponda a las autoridades o en si a la sociedad, como que tocar esos temas, siguen siendo tabús, un poquito más abierto comparado con 20 años atrás pero siguen siendo tabús.*

LAURA: *¿crees que a una persona le sea difícil admitir y aceptar ante los demás su orientación sexual? O sea, que es distinta a la heterosexual?*

CECILIA: *mm pues yo digo que sí, yo, a mi punto de vista yo digo que sí. Que si porque antes eran otros tiempos.*

LAURA: *Para ti ¿qué significa la discriminación?*

CECILIA: *mm... Pues... este... Discriminación es que los alejen de la sociedad, que no los acepten.*

LAURA: *¿crees que a las personas lesbianas o a los gays se les discrimine?*

CECILIA: *mmm, pues ahorita ya no, a mí se me a figura que ya no. A mí se me hace que antes si pero como que ahora ya no.*

LAURA: *¿y porque crees que antes si?*

CECILIA: *pues... por las creencias que había antes, que porque las enfermedades, que por esto, o esto.*

LAURA: *¿qué es el esto y esto?*

CECILIA: *pues que no estaba bien visto, o sea, no, no, como que también no, no salían mucho a la luz pública así, así cuando salían, cuando de repente veíamos a alguien, ¡uy no!, no se acerquen o aléjense o así.*

Encontramos una noción de discriminación que no ayuda a que la gente vea su propia discriminación, el que es “más normal” expresa un sentido de los límites, una heteronormatividad que en sí misma se acepta como posición de normalidad.

LAURA: ¿Crees que las personas LGBTTI tengan más aceptación que hace años?

PACO: ahorita en la nueva generación se puede decir, ya como hay muchos casos así, ya ves que la ley aprobó que sean adoptados dos parejas del mismo sexo, hombre o mujer, pueden adoptar niños, ya lo están haciendo más normal se puede decir, y antes no, antes hasta era rechazado por la sociedad por lo mismo.

LAURA: ¿Crees que las personas LGBTTI tengan más aceptación que hace años?

WENDY: Yo creo que ahora está más marcado que antes. Antes era menos hablado y si creo que tenga más aceptación social aunque seguimos etiquetando

Las razones por las que ha crecido la aceptación social a la homosexualidad son diversas según lo reconocen los entrevistados.

4.3.6.15. La libertad de expresión. Veamos ahora la opinión de algunos entrevistados, ellos manifiestan que hay evolución social hacia una integración de las personas disidentes del sistema sexo-genero debido a que, las personas LGBTTTI, tienen mayor visibilidad en la sociedad.

LAURA: ¿Porque crees que lo vea normal ahora?

HEBERTO: Porque hay más libertad de expresión yo creo, que antes

LAURA: ¿De las mismas personas LGBTTTI?, ¿o de los medios de comunicación?

HEBERTO: De todo, ahorita si te metas ahí a las redes sociales ves de todo

BETTY: más información de todo eso. De padres e hijos en las escuelas en todas partes

LAURA: Entonces ¿me dices que aquí en Puerto Peñasco te parece que las personas LGBTTTI son más aceptadas menos discriminadas que en otras partes del Estado y la República?

MARIO: Si, así es. Yo, yo considero que sí, bueno a mi punto de vista. Porque por decir en Caborca la gente no es que sea persignada yo creo que son más cabrones que los gays en muchos sentidos y que las lesbianas nada más que son tapadas como golpes de pecho entonces aquí en Peñasco la gente como que es, bueno no sé si sea la gente lo que si veo es que ellos

como comunidad son más abiertos en ese sentido no sé si la gente sea igual de tapada que en Caborca o que en San Luis o algo así

LAURA: Sino que la gente en sí, la gente LGBTTTTI como comunidad es más abierta

MARIO: Así es, es más abierta, se expone más, se expresa más expone su afecto en público...

En ciertos periodos la homosexualidad ha sido incomprendida. No fue sino hasta en años recientes, que en ciertos lugares los movimientos LGBTTTTI han logrado durante una lucha continua la aceptación de la homosexualidad en las sociedades modernas y han ido disminuyendo las prácticas que marginan a las personas disidentes del sistema sexo-género. Los entrevistados manifiestan que la integración de las personas disidentes del sistema de sexo y género se ha dado gracias a la lucha social reconocida como movimientos LGBTTTTI.

LAURA: ¿a qué crees que se deba ese cambio, de que los de 40 ó 50 somos más homofóbicos, que de los de 30 para abajo?

PACO: a lo mejor, como te digo, son más abiertas las personas más jóvenes, que las adultas y son menos egoístas y aparte son como te digo, aquí en México aún existe el machismo,

LAURA: ajá

PACO: es por lo mismo que te comentaba de la separación las relaciones son desechables y cuando la mujer gana más que el hombre empiezan los problemas también viene de ahí porque todavía los hombres somos muy machistas, yo no lo soy gracias a dios, pero hay quienes no aceptan nada de eso todavía. Pero son personas de antaño, personas ya mayores pues.

LAURA: y tú a ¿qué? crees que esa se deba esa evolución, esos cambios como crees que se haya logrado esa apertura? ¿Por qué crees que haya ese cambio?

PACO: yo lo veo desde las mismas personas que están en su gusto pues de elegir, lo que ellos elijan sexualmente. En su lucha, eso que fueron avanzando y fueron exigiendo por eso hubo la ley civil de casarse, sus derechos también por lo mismo, por la lucha que han obtenido y ahora ya ves se les aprobó lo de adoptar

Los carnavales gays es otro de los motivos de porque hay evolución social hacia una integración de las personas disidentes del sistema sexo-genero, dado que sirven para que la comunidad sea más visible y poco a poco pugnar por los derechos de las personas LGBTTTTI

LAURA:- ¿crees que hace 10 años era distinto ahora?

LUIS: pienso yo que si

LAURA:- ¿y qué crees que ha hecho cambiar?

LUIS: pienso yo que ellos han salido a defenderse más manifestaciones y todo eso carnavales que hacen ¿no? Festivales, todo eso

LAURA:-eso crees que les ha ayudado más

LUIS: como que se muestran más, pienso yo...así es...

El mostrarse, exhibirse en marchas, festivales, luchas es lo que ha generado el cambio cultural, según los entrevistados.

4.3.6.16. Valores de los prestadores de servicios hacia la sexualidad y el género. El ser humano ha desarrollado a lo largo de su historia distintos ideales pero a veces en su concreción, solo piensa individualmente y no en los derechos de los demás. El estudio e investigación realizado, así como los métodos y técnicas y las respuestas permite revelar los valores y actitudes de los prestadores de servicio del estado de Sonora respecto a los significados de sexualidad y género y el impacto que tienen en la atención al cliente disidente del sistema sexo y género.

Los valores se relacionan con sistemas de creencias, es decir, son una serie de creencias acerca de determinados objetos y procesos, son la base para entender las actitudes y las motivaciones que influyen en las percepciones de los entrevistados. Las actitudes reflejan los valores más relevantes que una persona tiene sobre el contexto y sobre si misma; es decir las actitudes son indicadores de los valores que posee un individuo.

Entonces, los prestadores de servicios del estado de sonora pueden tener un complejo sistema de creencias sobre la sexualidad y el género es decir, sobre la sexualidad, la heterosexualidad, la homosexualidad, identidades y orientaciones de género, estereotipos, prejuicios, discriminación y homofobia. De tal manera que esos sistemas de creencias se relacionan con actitudes muy específicas respecto a la sexualidad y género y producen un discurso hegemónico del campo sexual que impacta en las lógicas de atención al cliente disidente del sistema sexo y género.

Los valores que fueron constante en los discursos de los entrevistados, fueron el respeto, la amistad, la solidaridad, el reconocimiento, la tolerancia y la igualdad.

El respeto, fue uno de los valores con más incidencia en las expresiones de los entrevistados. El respeto es un valor que permite que el hombre pueda reconocer,

aceptar, apreciar y valorar las cualidades del prójimo y sus derechos. Es decir, es el reconocimiento del valor propio y de los derechos de los individuos y de la sociedad. La reivindicación de las libertades sexuales ha permeado en los prestadores de servicios turísticos del estado de sonora de tal manera que ellos reconocen a la diversidad sexual y asumen una postura de respeto hacia la persona LGBTTTI. Fueron diversas las preguntas en cuyas respuestas pudimos encontrar un discurso enriquecedor que ayuda a reconocer a las personas, todas diferentes, plurales y diversas, hacen referencia al modo propio de verse, sentirse y vivirse desde dos posibilidades de la conducta sexual: la homosexualidad y la heterosexualidad. Veamos:

LAURA: ¿qué opinas de las personas que tienen relaciones afectivas y sexuales con alguien del mismo sexo?

WENDY: me parece algo muy respetable antes que otra cosa, cada quien tiene su personalidad y su identidad sabe lo que busca y adónde va, y alguien que lo hace por experimentar o algo ya siento que es por un juego, pero muchas veces ya es una relación formal así como nosotros una pareja de otro sexo, pues yo me imagino que ellos se encuentran, conviven el uno al otro, se apoyan, así como nosotros vamos al súper y al cine ellos también, solo que ahorita siento que ellos están, esto esta tan tabú todavía para la gente pues yo siento que ellos no pueden andar en la calle como les gustaría hacerlo porque la sociedad los tiene muy tachados muy marcados todavía.

LAURA: ¿qué significa para ti que alguien sea homosexual?

MARÍA LUISA: que alguien sea homosexual eeeee, primero yo creo que , yo no soy de las personas que respeto muchísimo, tengo muchos amigos que son homosexuales; creo queeeee son personas comunes y corrientes, como nosotros...nada más que en la parte de la sexualidad tienen sus propios gustos sus propios intereses, la verdad a míiiii no me afecta en lo más mínimo, estee se me hacen personas en verdad muy valientes, porque el liderar con una sociedad en la que no estamos preparados, por más que haya platicas, no estamos preparados para ver a dos hombres agarrados de la mano, o besándose así libremente, las personas que son homosexuales y deciden destaparse la verdad que mis respetos. [...]

LAURA:- y tú ¿cómo lo ves? ¿Qué opinas de la homosexualidad?

MARLA:- pues yo no lo veo ni bueno ni malo, yo pienso que cada quien debemos de respetar a las personas por como cada quien quiera ser, o sea no es que lo vea bueno, ni "ay que padre que sea así" ni "que feo", o sea nada que ver. Cada quien es como quiere ser.

LAURA: explícame, ¿Por qué dices que la sociedad que no respeta a las personas LGBTTTI?

PACO: o sea si alguien dice que es homosexual o algo, la misma familia hasta se pone en contra, y la gente que conoces también, por eso es difícil que alguien lo diga pues.

LAURA: ajá, ¿por qué crees que se pongan en contra la sociedad y la familia?

PACO : como le digo, yo eso lo veo mal, si es la misma persona la que está decidiendo, o sea...[...]o sea, si es su decisión, ellos tienen que respetar, o sea, ¿me entiende?...[...] si ahora si es un amigo o es un familiar lo tienes que apoyar. Hay mucha gente, que es extraña, que no lo conocen y apoyan a esa persona.

LAURA:- ¿qué piensas al ver a dos personas, a dos hombres gay, tomados de la mano, o dándose un beso?

FRANCIS: para mí no es como, yo no es algo que yo digo like, yo no lo, no tengo esta tendencia y no lo capto, pero tampoco pienso que es mi lugar el decidir que ellos deban de hacer y para mi si es amor, y se quieren y son buena gente...you know...

LAURA:- ¿buena gente?... ¿te refieres a qué?

FRANCIS - well...cada quien pueden hacer lo que quieren...yo pienso que la gente está nacido gay o no gay y no puede cambiar y tienen todo el derecho aunque sean buenas o malas, no importa, you know...es su tendencia.

Podemos encontrar en el discurso de los entrevistados, el respeto a las personas LGBTTTI, pero un “tipo” de respeto que no es inherente por ser seres humanos sino más bien por su condición de cliente para el establecimiento mercantil. Más allá de sus creencias personales se enfocan en “cuidar” al cliente LGBTTTI, por lo que al valor del respeto le sumamos el del **servicio**.

LAURA: y ¿qué piensa usted de las personas que se aman y son del mismo o sexo?

RAFAEL: o sea que mira ya esas cosas, ahorita te decía yo que ante dios en anatema, es algo tremendo, porque...hay una parte de la biblia que dice: dejará el hombre a su madre y a su padre y se unirá a su mujer y los dos vendrán hacer una sola carne. Entonces dios le dio como ayuda al hombre a la mujer y ¿qué es eso? De que ahora hombres con hombres y mujeres con mujeres, el lesbianismo y todo eso, es que el hombre se ha degradado en el pecado por eso es que suceden todas esas cosas, pero dios no está de acuerdo con eso.

LAURA: y con eso que me platica, que pasa si con usted acude así como yo, una pareja que sea del mismo sexo, por ejemplo hombres tomados de la mano. ¿Les daría usted el recorrido?

RAFAEL: sí, claro que si yo respeto, soy servidor del turismo y estoy para servir a la gente.

LAURA: ¿y cree usted que se sentiría incomodo?

RAFAEL: claro que no, tengo tantos años tratando a la gente y dios me dio mi trabajo y yo lo hago. Sé el significado de ello y yo voy a prestar mis servicios como debe de ser y sea quien sea se respeta.

LAURA:- ¿tú crees que necesites capacitación especial para atender a personas LGBTTTI?

FEDERICO: no, yo aquí como encargado no me gusta que discriminen a nadie yo si miro que alguien está así pues de mis trabajadores yo les digo "hey, calmados, respeta, tu estas aquí para atenderlos a ellos" y así. A mí no me gusta hacer discriminación. Aquí en muchas partes discriminan a los mexicanos también. Y aquí algún mesero que no quiera atender a un mexicano, es así de "vete"...

LAURA: ¿has escuchado aquí que alguno de tus compañeros se queje por no quererlos atender se moleste por no querer atenderlos?

MARIO: no, al contrario me ha tocado tener, nosotros por política no podemos tener amistad con los clientes ni tener un trato más allá de lo que es cliente-empresa, pero si me ha tocado de algunos compañeros que tenía con este tipo de preferencias sexuales y salían con ellos, entonces ahí, era nada más, al contrario si hay alguna persona que tenga esa preferencia hace simpatía con ellos.

LAURA: ¿y los que no tienen esa orientación sexual, hacen simpatía con ellos?

MARIO: si se les atiende con respeto y cordialidad

A pesar de cambios en los contextos sociales, tendientes a la apertura, inclusión social y respeto, en donde cada vez los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora normalizan a la disidencia sexo genérico, los significados de la heteronormatividad impuesta no han generado prácticas inclusivas, lo que conlleva a problemas de exclusión y discriminación contra las personas LGBTTTI. En relación con los heterosexuales a las personas del colectivo lésbico, gay, bisexual, transexual, transgénero, travesti e intersexual se les limita más, sus expresiones de afecto en público, siendo el principal factor la discriminación, existen más prejuicios dentro de los entrevistados por la falta de enfoque a la diversidad sexual en los servicios turístico.

Si una pareja diferente a la heterosexual manifiesta su afecto en público, “provoca problemas sociales”, considerando esa expresión de afecto “un espectáculo” que según la RAE espectáculo hace referencia a una función o diversión pública celebrada en un teatro, en un circo o en cualquier otro edificio o

lugar en que se congrega la gente para presenciarla y a cualquier cosa que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o nobles.

LAURA:- ok... Mmm... ¿Tú crees que la persona que es gay, que es lesbiana...provoca problemas sociales? Aquí en tu comunidad...

MARLA:- si viene a hacer espectáculos, yo creo que sí, pero como te digo es una persona así, pero que respete a los demás y que también la gente los respete, no veo porque tenga que haber ningún problema... Yo creo que la base de todo es el respeto de ambos lados pues...

En sí, el ser homosexual no es considerado por sí mismo como una conducta reprochable, pero si la ejecución publica de expresiones de afecto sin discreción. Esta investigación se llevó a cabo en Sonora, un estado de “provincia”, en donde abundan los prejuicios y tabúes, cada vez menos pero mientras tanto los heterosexuales están bajo la lupa de una sociedad conservadora, no digamos la comunidad LGBTTTI que se encuentra fuera de la heteronormatividad.

ROSALBA: a yo sé que la gente aquí en Álamos respeta, respeta porque ellos respetan, mucho respeto ¿verdad? ¡Porque siempre con discreción! ¿Verdad?

LAURA:- y a ti ¿te incomoda cuando llega una persona con orientación sexual distinta a la heterosexual?

LUIS: para nada pues aquí en mi trabajo yo los atiendo como eso, lógicamente mientras ellos no me falten el respeto pues uno tampoco tiene porque de otra forma hablarles o decirles algo, ¿no? Darles el servicio como a cualquier otra persona...

LAURA:- tú por ejemplo: si está una familia y vamos a suponer que allá está una pareja de dos hombres tomados de la mano, nada más, y el padre de familia va y se queja contigo porque la pareja de hombres están tomados de la mano. Tu por ejemplo ¿cómo crees que reaccionarias?

FEDERICO: pues yo la verdad...yo la verdad pues son ellos no, pero ya si estuvieran haciendo sus cochinas, ya pasándose de la raya pues si voy y les digo.

LAURA:-¿hasta dónde se pasan?

FEDERICO: pues yo, aquí no me ha tocado pero yo me imagino que si miro a unas lesbianas o una pareja gay o algo así, haciendo... ya que <haiga> niños y que hagan cosas así pues "oiga disculpe, hay niños aquí"

LAURA:-¿hasta dónde crees que es permitido para ti?

FEDERICO: para mí por decir que ya se pasan de copas y se anden cachondeando ya, y caricias más calientes, si eso ya, ya no

LAURA: -¿y le dirías a la pareja gay?

FEDERICO: -si yo sí, si le diría

LAURA: ¿qué opinas tú de las personas que tienen relaciones afectivas y sexuales con personas del mismo sexo?

JAVIER: igual como te digo, yo no lo critico ni nada, de hecho, hay que reconocerles algunas cosas como el coraje, el valor de enfrentarse a este estigma negativo que hay hacia ellos en la sociedad, tienen que tener un valor muy grande para poderlo demostrar, para poder vivir agusto consigo mismo, porque hay muchos que no se atreven a hacerlo.

LAURA: y ¿qué opinas que existen diferentes maneras de expresar afecto y experimentar placer de diferentes formas, a la heterosexual? O sea que opinas tú de que haya diferentes formas de expresar afecto o placer, diferente a la heterosexual entre hombre y mujer.

JAVIER: si, volvemos a caer en lo mismo, se debe de respetar, porque si ellos te respetan a ti tus preferencias, tú tienes también que respetarles a ellos, ah...

La convivencia y la costumbre se concatenan para vincularse a una coexistencia pacífica y armónica de grupos humanos en el mismo espacio, teóricamente sería el panorama ideal, afortunadamente hemos visto evolución en nuestra sociedad y se avanza paso a paso en este tema. Algunos de los entrevistados manifestaron que el convivir con personas LGBTTTI ha sido una razón para respetar a las personas disidentes del sistema sexo-género. Veamos:

LAURA: hace rato me comentabas que tienes familia que son homosexuales, que tienes amigos que son homosexuales, cuándo los has visto darse muestras de afecto con su pareja ¿qué sensación tienes?

MARÍA LUISA: mira al principio, si me sentía muy incómoda, como en shock, como un balde de agua fría pero ya después es normal muy respetable pues es su decisión, si son felices psss buenos, pero si al principio fue difícil, por lo mismo que no estábamos acostumbrados.

LAURA: ¿cómo es el trato de ustedes hacia las personas lgbttti?

CECILIA: Pues es igual, nosotros lo vemos muy normal, por lo mismo, porque estamos impuestos, estamos impuestos a convivir entre los compañeros. [...] pues igual, respeto sus sentimientos y sus gustos.

La amistad, fue otro de los valores encontrado en el discurso de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora. La amistad entre los entrevistados y las personas LGBTTTI constituye una relación importante, en gran parte por el afecto que tienen los entrevistados hacia ellos y ellas les brindan la posibilidad de construir un espacio identitario para proporcionar un

sitio propio y colectivo, en donde pueden existir sin temor a ser censurado por ser distinto a la sexualidad normada.

MARLA:- yo me llevo muy con algunas personas así o sea yo no tengo ningún problema...

LAURA:- ¿cómo identificas que un cliente es lesbiana, gay, bisexual?...me comentaste hace un momento que por las formas de comportamiento, que tienen una sola cama, que porque su vestimenta, su apariencia...

FRANCIS- si, la manera en que se llevan juntas, no vi besando ni nada, pero para mí era bastante obvio, igual, no vienen aquí muchos gays, de hombres o si ha habido pero no muchos y es mi percepción también, puede ser que estoy incorrecta pero mi percepción es de como son.. Pero yo tengo muchos amigos gays y sé que son gay y like desde que los conocí no es que tenga algún problema.

ROSALBA: en el Alfonso Ortiz, no me ha tocado ver algo (personas del momo sexo dándose muestras de afecto) aquí lo que si se ve hombres con mujeres porque toman y eso, pero no se ha visto, no dejamos de ser un pueblo de tradiciones pero como que estamos más abiertos porque hay mucho gay, como que de alguna forma te vas acostumbrando según yo. Yo me la llevo muy bien con todos, más cuando nos juntamos, que augusto me la paso, muy divertido, lo que sea de cada quien, verdad!!

LAURA: ¿Alguna vez te has sentido incómoda al estar conviviendo con una persona gay?

BEATRIZ: no. Es que por ejemplo yo tengo aquí un muchachito que trabaja en una frutería y que salió bailando en el carnaval y todo y pues yo me llevo muy bien con él, si me lo encuentro en la calle me saluda, donde ande y no porque es gay no lo voy a saludar, ya es cuestión de cada quien, o sea, yo pienso que no, que puedan hacer, trabajan lo normal, pues si a él le gusta ir bailando y exhibiéndose, pues... muy bien.

LAURA: ¿qué significa para ti que alguien sea homosexual?

MARÍA LUISA: que alguien sea homosexual eeeee, primero yo creo que... yo no soy de las personas que respeto muchísimo, tengo muchos amigos que son homosexuales. Creo queeeee son personas comunes y corrientes, como nosotros.

La tolerancia, las minorías sexo-genéricas han tenido que soportar durante mucho tiempo la discriminación al no encajar en los patrones establecidos como “normales”. No obstante se ha observado en el pensamiento de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora que ha evolucionado hacia una sociedad más respetuosa. Hay un cambio cultural que está en desarrollo

y es evidente que los grados de aceptación a la diversidad sexual son crecientes. Se reconoce un respeto a las ideas, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias.

LAURA: ¿Por qué crees que suceda esa apertura? ¿A qué cree que se deba?

JUAN: Mmm “evolución” (Mjm... LAURA:)

LAURA: ¿Evolución cultural? ¿Social? ¿De...?

JUAN: social, si de todo.

LAURA: Evolución social...

JUAN: Vamos mejorándonos, vamos siendo mejores; más tolerantes (Y se sonríe)

LAURA: ¿Usted cree que, ser más tolerantes quiere decir que seamos más mejores; o ser mejor te da, más tolerancia, más respeto, más...?

JUAN: Definitivamente.

LAURA:- ¿tú crees que la forma correcta es que se formen parejas de solo hombre y mujer? ¿O sea tú piensas que está mal por ejemplo que dos mujeres se quieran o que dos hombres se quieran?

FEDERICO: ¿para mí? O sea para mí, pues a mí me gustan las mujeres

LAURA:- no para ti, de que te guste a ti, no cual sea tu gusto, sino ¿tú qué piensas de que dos hombres se quieran de que dos mujeres se quieran? ¿qué piensas tú de eso?

FEDERICO: pues yo casi no...No le tomo importancia, yo miro y allá ellos.

MARIO: No, no, no, no en general, mira a nosotros y ahí te va... y no lo voy a decir en el sentido de empresa sino en el sentido personal y en el sentido de la gente que trabaja conmigo creo que todos son de mente muy abierta, todos inclusive tengo una muchachita que yo creo que no se define la caraja porque eeee igual llega y le planta un beso a un hombre y le planta un beso a una mujer pero o sea, cada quien lo suyo.

Es innegable que la hegemonía de la sexualidad ya no es la misma que hace unos 20 años. La aceptación y tolerancia han ido dejando de lado la homofobia que marcó a la sociedad durante un largo tiempo. Sin embargo, aunque el discurso de los entrevistados es de respeto mutuo según la noción sobre este valor, muchos no llevan a la práctica lo que predicán. Logro percibir un doble discurso hacia la homosexualidad en las expresiones de los entrevistados. Veamos el caso de ROBERTO, cuando dice: “*pienso, que cada quien sus gustos ni modo.*” Se interpreta el no modo como una expresión popular para dar a entender que algo no tiene remedio o no tiene solución, algo así “¡ya que queda!”, “o un “acéptalo”.

LAURA: ¿Ustedes creen que a las demás personas o inclusive a ustedes mismos les parece difícil que acepten que a las mujeres les gusten las mujeres o a los hombres los hombres?

HEBERTO: No, o pienso, que cada quien sus gustos ni modo.

BETTY: ahorita la gente ya no se asombra tanto, como antes; antes se asustaban porque no había mucha información

La misma expresión de “ni modo” la encontramos en FRANCISCO.

FRANCISCO: porque yo podría hacer noches exclusivas para ese tipo de personas y ya el que quiera entrar aparte pero bienvenido.

LAURA: pero te cambiaría tus esquemas, tendrías que ver personas besándose.

FRANCISCO: ah no, no hay ningún problema.

LAURA: ¿si es esa noche?

FRANCISCO: si, si es esa noche, es noche de ellos, que hagan lo que quieren ¿me entiendes? ¡Es su noche, es para ustedes, hagan lo que quieran!.

LAURA: ajá

FRANCISCO: pues ni modo, que voy a hacer, ni modo de taparse los ojos

EVELYN: si porque hay unos que desde chiquitos se les nota y me ha tocado, yo trabajé cuidando a un niño desde chiquito, desde chiquito se le notaba, y bueno eso lo tienes que aceptar [...]

4.3.7. Actitudes de los Prestadores de Servicios hacia la Sexualidad y el Género

Las actitudes reflejan los valores más relevantes que una persona tiene sobre el contexto y sobre si misma; son indicadores de los valores que posee un individuo, son una forma de dar respuesta, a alguien o a algo; es decir, las actitudes son tendencias aprendidas para pensar y actuar selectivamente, sentir de cierta manera en la interacción social ante un objeto, como en este caso la sexualidad y el género. Las actitudes indican el sentido, haciendo referencia a un objeto- la sexualidad y el género- frente al cual los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora toman posición; generan afectos, ya sea positivos o negativos, esto es que implica la aceptación o rechazo del objeto, operan como una parte en un sistema de representación de grupos de poder, que se adquiere en la interacción social y, una vez incorporadas, regulan la conducta de las entrevistados.

Las personas tienen diversidad de actitudes, pero en esta investigación reclama nuestra atención aquellas que están relacionadas con el trabajo de los prestadores de servicios del estado de Sonora y la atención a clientes disidentes del sistema sexo-género.

De la revisión de los contenidos de las entrevistas, sobre actitudes hacia sexualidad y el género se decantan tres dimensiones y dos tendencias: dimensión cognitiva, afectiva y conductual, con dirección positiva o negativa. En esta sección analizamos las actitudes de los entrevistados, en sus tres componentes: cognitivo (pensamientos), emocional (sentimientos), conductual (acciones).

4.4. CATEGORIA 3: Prácticas de los prestadores de servicios y las lógicas de atención hacia el turista disidente del sistema sexo y género.

El propósito de este apartado es explorar las lógicas del servicio realizadas por los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora y si en sus procesos de atención a clientes existen métodos y principios adecuados para identificar el razonamiento respecto a la atención a clientes disidentes del sistema sexo-género. El desarrollo y el conocimiento del constructo denominado lógica del servicio al día de hoy permiten centrarse en una serie de dimensiones que señalan como competir en esas áreas de servicios. La lógica del servicio se basa en entender la relación entre los individuos y las organizaciones, y en el compromiso de la organización hacia procesos de participación de los clientes, los empleados y grupos de interés.

En nuestros cuestionamientos tratamos de encontrar *las lógicas de atención* que organicen el trabajo del prestador de servicios turísticos que comparta una determinada manera de proceder ante el cliente LGBTTTI, los empleados y grupos de interés. En el trabajo empírico se han encontrado tres dimensiones de la lógica de servicios de los entrevistados. Primera, no existe una diferenciación de servicio entre clientes LGBTTTI, presentan una oferta que hasta cierto punto con “límite” reconoce las necesidades de este nicho de mercado; para los entrevistados los clientes disidentes de sexo y género son clientes homogéneos y además “normales”, lo anterior evidencia nuestro segundo hallazgo, encontramos un discurso de la normalidad en el servicio a clientes LGBTTTI.

Todo lo anterior implica a que los entrevistados no concurren en sus prácticas turísticas a protocolos de atención diseñados y/o adaptados para clientes disidentes de sexo y género. Cuando hablamos de protocolo de atención nos referimos a las pautas de actuación y comportamiento de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora. Veamos:

4.4.1. Discurso de la Normalidad

LAURA: El restaurant me dice que es familiar, que la mayoría de los clientes son familia. Dentro de esos clientes que recibe, ¿ha recibido clientes que soy LGBTTTI?

HEBERTO: Hemos recibido parejas si claro que sí y con mucha, se le da el servicio excelente igual que cualquier persona, como si fuera una pareja normal

LAURA: ¿Ustedes por ejemplo que piensan cuando ven a parejas del mismo sexo, tomadas de la mano, dándose un beso?

BETTY: Pues nosotros ya casi lo vemos normal

LAURA: ¿Les ha ocasionado por ejemplo algún conflicto, que algún turista gay provoque algún problema (gritos, escándalos)?

BETTY: No , vienen normal, como si fuera una pareja normal, nos ha tocado que los que vienen de fuera se explayan un poquito más como mostrarse su amor, su cariño su afecto que se tengan, pero no a los extremos es normal como una pareja normal.

LAURA:- y dentro de esa diversidad de personas que vienen de otras culturas y religiones, ¿te ha tocado personas que tú reconozcas con una orientación sexual distinta a la heterosexual? O sea personas que sean gays, lesbianas, que sean...

LUIS-Si, si han venido...

LAURA:- ¿te han tocado recibirlas a ti, aquí en recepción?

LUIS: Si

LAURA:- ¿o te ha tocado atenderlas?

LUIS: si me ha tocado atenderlas aquí en la oficina.

LAURA:- y ¿cómo es tu trato con ellos? Es...

LUIS: pues normal como cualquier otra persona que quieran registrarse. Les damos el cuarto, pues...igual...

LUIS: si, el mismo, el saludo, les decimos de la habitación y cuánto cuesta, lo mismo como cualquier otra persona.

LAURA: ¿tú como servidora pública de la industria del turismo, en las reuniones que mantienen con empresarios de la localidad, han abordado el tema del turismo gay? ¿O con tu personal a cargo aquí en el hotel?

CLAUDIA: no, pues no, no veo la necesidad, porque son iguales clientes ¿no? (risas) a veces nos llegan, (dirigiéndose a JENNY una compañera de su trabajo le pregunta: ¿cuándo fue que tuvimos aquel grupito?, ¿el año pasado?, ¿te acuerdas que vinieron en un camión?, pero pidieron ellos estar en ¿septiembre verdad? Donde no hubiera tanta gente, dirigiéndose a mí afirma: pero ellos lo pidieron.

LAURA: ¿cuándo te das cuenta que tus clientes son gays?, cuando hablo de gay hablo de lesbiana, de transexual, de transgénero, de cualquier categoría LGBTTTI, ¿tienes algún protocolo especial para atenderlo?

FRANCISCO: no.

LAURA: no, para nada lo atiendes...

FRANCISCO: normal, como cualquier persona

LAURA: ¿había algún protocolo especial? ¿Había música especial para ellos, bebidas especiales para ellos?

FRANCISCO: no, ellos venían normal, como a noche de antro nomás.

LAURA: ¿Te ha tocado ver aquí en el hotel parejas hombres con hombres, mujeres con mujeres, tomados de la mano?

PEDRO: Si

LAURA: ¿Y cuál es la sensación que ustedes tienen?

PEDRO: Normal, porque son personas que vienen nos pagan por un servicio y lo tratamos lo mejor posible

Existe un discurso de atención sin discriminación. No obstante la normatividad de la atención se refleja cuando el cliente transgrede “notoriamente” los roles sociales asignados al género. Mientras el cliente “conserve” los estereotipos de género, no hay problema se les atiende como cliente normal.

LAURA: ¿Cómo es la atención hacia un cliente LGBTTTI?

OSCAR: La atención es normal para todos, yo en lo personal, no hablando en nombre del dueño, yo como encargado, yo no tengo diferencias con nadie, y mientras vengán vestidos normalitos, se comporten, se la pasen agusto, que bueno que vinieron, que les vaya muy bien, vestiditos normalitos que no vengán muy gay, muy jotos con pelucas sí, yo te voy a decir algo, a mí me ha tocado ver heterosexuales que han llegado aquí al negocio y ver a una mujer de carita finita, bonita, cuerpazo, pero al final de cuentas como ya tienes, ya conoces a la gente, me entiendes, a veces quieren hacer la voz finita, pero los traiciona su ronquera, ahora.

LAURA: Ahorita me dijiste que se reciben como una persona normal, como un cliente a normal, ¿qué es un cliente normal?

MARÍA LUISA: Bueno aquel que eeeeesteee, pues digamos me refiero que se le da el trato como todas las personas, independientemente sean hombres o mujeres

4.4.2. Protocolos de Atención para Clientes Disidentes del Sistema Sexo-Género

LAURA: ¿Tienes algún protocolo especial para atenderlos a ellos? A las personas gay.

ARTURO: No, de igual manera se atiende a cualquier tipo de persona ¿no? Realmente somos prestadores de servicio y vivimos de la propina y nosotros, digo si algún mesero: yo no conozco la mentalidad de cada mesero, pero yo digo que ellos inteligentemente actuando por el hecho de, de ser prestadores de servicio y saben que van a ganar de una propina, sea quien sea deben de dar el mejor servicio y ser lo más amable del mundo y ser lo más cordial, pues para recibir ese ingreso el cual él, él normalmente, el mesero vive ¿no? Entonces no hay ningún protocolo a seguir, es simplemente es algo que...

LAURA: –sí, pero que te den un curso de atención- ah no –no? y nunca han tocado el tema de diversidad sexual, no existen protocolos, o existen protocolos para atender a la gente está, protocolos de atención?

OSCAR:- No, todo es normal.

LAURA: Ahorita me decías de los protocolos de recepción, no tienes protocolos específicos para atender a gente...

LEYLA No, la verdad no existen protocolos específicos, se manejan todos los protocolos, ese protocolo es en general, se tiene que dar para todas las personas no, es más que nada protocolo para dar los servicios del hotel más que nada, si es la primera vez que nos visita darle los servicios, que es con lo que contamos, las tarifas, tipos de habitaciones, pero no está enfocado realmente a personas homosexuales.

LAURA: ¿Tienes algún protocolo especial, ya ves que cuando llegas, buenas tardes, esta es la carta, esta es la recomendación, tienes algún protocolo especial para atender a la gente gay?

PACO: es igual para todos los clientes, ¿no? Si es ahorita de tarde, pues buenas tardes, gusta la carta o gusta tomar algo, tengo refresco, café y limonada y en la mañana se maneja un buffet, por la mañanas sufrimos más el buffet porque ahí hay comida hecha y es más rápido, ahí está un cocinero fijo especial, entonces en las mañanas les recomiendo mucho el buffet que ahí está el cocinero, y hay comida hecha según el gusto que ellos traen, pero el trato es igual con mi presentación de cuando llega el cliente. Es exactamente lo mismo a todos.

4.4.3. Prácticas de los Prestadores de Servicios Turísticos del Estado de Sonora y el Turismo LGBTTTI

De igual forma, en esta categoría buscamos conocer si en las prácticas del turismo, existe concordancia en cuanto la atención a clientes con las líneas que establecen organismos internacionales para la atención del turismo LGBTTTI. Asociaciones como IGLTA (the International Gay& Travel Association) y TAG Approved, son enlaces directos entre los viajeros con empresas e instituciones dedicadas a brindarles servicios turísticos competitivos. Dichas asociaciones tienen como misión registrar y supervisar hoteles interesados en formar parte de sus registros y hacerles promoción dentro de los grupos interesados (IGLTA, 2011). Los lineamientos fundamentales que las asociaciones supervisan radican esencialmente en lo siguiente: de inicio con la intención de la empresa turística para entrar en contacto con estas asociaciones; después, las empresas deben aplicar políticas a la no discriminación incluyendo orientación sexual. Debe proporcionar entrenamiento al personal para sensibilizarlo acerca de las costumbres y necesidades del cliente LGBTTTI. Emplear personal que refleje la diversidad de la comunidad. Contar, conocer y exhibir información relevante acerca de las actividades LGBTTTI en la localidad para consulta de los huéspedes.

Algunas respuestas se generaron de las preguntas nuestro instrumento de entrevista semiestructurada, con las cuales tratamos de identificar características y necesidades reconoce el entrevistado de este nicho de mercado. Nuestros hallazgos principales es que los entrevistados la principal característica que reconocen el cliente LGBTTTI es el poder adquisitivo.

También detectamos que no existe una intención por parte del entrevistado por identificar las características y necesidades de un potencial segmento de mercado, no obstante existe una lógica de la ganancia que la que distingue al capitalismo, en la cual la lucha por el poder y la dominación llegan a sublimarse en el deseo de acumular capital. Las personas LGBTTTI (históricamente marginadas) son integradas en un sistema cultural económico dominante, heteropatriarcal capitalista, a cambio de su normalización. El turismo LGBTTTI como modalidad del turismo es una noción poco conocida entre los entrevistados. No hay un reconocimiento preciso de lugares dentro de la localidad que estén enfocados al cliente LGBTTTI. Además, los prestadores de servicios turísticos del estado de sonora en su mayoría, consideran innecesario uso de símbolos que indiquen que la empresa en la que laboran es “gay friendly” Veamos:

4.4.3.1 Conocimientos de las características y necesidades del cliente disidente de sexo y género por parte del prestador de servicios turísticos del estado de Sonora. El aspecto relevante para los entrevistados o la característica que reconocen en el cliente disidente de sexo y género es el poder adquisitivo, por ende están conscientes del beneficio económico que les deja al utilizar los servicios que ellos ofertan.

LAURA: ¿Qué has escuchado del turismo LGBTTTI?

HEBERTO: ¡los gays, que son buenos para gastar!, son buenos para gastar, es un turismo muy bueno, es lo que he visto, ellos comen muy bien, toman bien. Ahí no estoy discriminando a nadie pero he visto ese tipo de derroche de dinero, nosotros como prestadores de servicios vemos eso, yo se te diferenciar que turista te consume bien.

LAURA: ¿en algún momento te ha tocado escuchar esas burlas o esas bromas que discriminen a las personas LGBTTTI?

PEDRO: sí, sí, sí de echo he escuchado a otras gentes [...] he tenido clientes aquí que son clientes asiduos conmigo que me han exigido en algún momento sabes que si no dejas o le pones un alto a la entrada de los gays ya no voy a venir....ahora va la parte como empresario en ese sentido a veces esa comunidad más gasta más que nosotros.

LAURA: ¿te deja beneficios cuando te visitan este tipo de clientes homosexuales, te deja beneficios económicos?

OSCAR: sí, claro, no es que gasten más, ganan, gastan igual que una persona normal, eh, son muy exuberantes en su forma de gastar, ¿porque? [...] toman bebidas más sofisticadas que la otras personas, ¿que se toman? un daiquirí, una margarita, una piña colada [...]

LAURA: y ¿cuál es tu opinión del turismo LGBTTTI?

JAVIER: son una chulada, como mira, como consumidores en un restaurant, en un bar son muy buenos, en este tipo de negocio en el que yo trabajo, lo que es el tiempo compartido son excelentes compradores, son personas que generalmente no tienen dependientes económicos, tienen una capacidad económica para comprar muy buena.

LAURA: ¿crees que aquí en Sonora, ahorita me decías que había muchos lugares te fuiste a lugares internacionales y a lugares nacionales, crees que aquí en el estado, en Sonora, exista apertura para el turismo LGBTTTI?

JAVIER: mira, en Puerto Peñasco, que es lo que más conozco en turismo, hay una apertura muy grande para esto, hay lugares especializados y no nada más lugares especializados, hay lugares donde ya saben que ese tipo de gente son muuuuy buenos consumidores, tú sabes que si llega un grupo de 5 o 6 gays juntos, ¡dios de mi vida!, se arma una farra pero riquísima, entonces, no nada más los promotores en cuanto esto, por ejemplo un mesero, un bartender, un gerente de un desarrollo o de cualquiera cuando

los ve, aquí hay cliente, atiéndanlos bien, quiero que vuelvan, quiero que me traigan más gente, porque ellos cuando se vayan van a recomendar ese lugar.

La propia evolución social para la integración del colectivo LGBTTTTI ha contribuido a que este segmento de mercado sea integrado en sus entornos sociales, sin problema alguno relacionado con su condición sexual. Aunque aún hay mucho por lograr. Los entrevistados reconocen en el cliente disidente de sexo y género, su capacidad adquisitiva, además conocen que nivel internacional los organismos operadores del turismo ya exponen la oferta para este segmento de mercado. No obstante esa promoción turística aún está cubierta con un velo represivo impuesto por un sistema cultural económico dominante, heteropatriarcal capitalista. Veamos:

LAURA: ¿has tenido tu alguna capacitación?, alguna línea de la secretaría de turismo para empezar a trabajar con lo que es el turismo gay aquí en...

CLAUDIA: no, no la hemos tenido. Se ha hablado en la secretaría en las juntas que hemos tenido, que es un turismo de un nivel medio alto.[...] porque ya lo hemos visto, lo hemos platicado, las parejas de gays son parejas que se dedican a trabajar, tienen buen ingreso, no tienen gastos de colegiaturas, no tienen gastos de pagar a una nanny, no tienen gastos de alimentación de menores, de familia, o sea, simplemente ellos viven para ellos, entonces que es lo que hacen, ellos viajan mucho, viajan mucho y por lo regular comen fuera.[...] o sea, es lo que hemos estado platicando, o sea, si es cierto, hemos tenido en las reuniones, en las convenciones de FITA que es la concentración mayor de agencias de viajes y todo eso, ya se empieza a ver ahí, ya se empiezan a ver los tours, ahh los tours te los ponen de una forma muy sutil ¿no? Ya sea que te pongan un arcoíris de colores, algo tienen que llaman la atención y vas, igual y las veces que he ido voy y ahí te dicen, incluso te lo especifican, este tour es de gays, parejas gays, ¿no? Es de parejas gays o puede ser individual, eso te lo marcan muy bien, entonces dices, ok, a ver, tienes que ir conociendo más para saber qué es lo que puedes ofertar.

La demanda turística del cliente disidente de sexo y género presenta características diferenciales, y necesidades y motivaciones específicas a las que la gran mayoría de los entrevistados no han sabido o no han querido responder. Los entrevistados no tienen identificadas las necesidades específicas del cliente disidente de sexo y género, por lo que no están en posibilidades de orientar sus productos, precios, promociones y los canales de comunicación de forma adecuada para este segmento de mercado. Todas las

personas tienen necesidades que deben de ser consideradas por las organizaciones. Sin embargo, la normalización, por parte de los entrevistados, del cliente disidente del sistema de sexo y género trae como consecuencia que estos clientes son integrados en un sistema cultural económico dominante, a través de la lógica de la ganancia del capitalismo.

LAURA:- aja...a todos por igual...eehhh... ¿tú crees que se le discrimine...que aquí en Sonora?... Bueno específicamente aquí en Álamos, ¿se le discrimine a las personas por su orientación sexual? ¿Que se les niegue algún servicio, que se les trate diferente?

MARLA:- ya no sé si en los servicios, tal vez en los servicios no porque yo creo que todos los establecimientos nos podemos estar quejando de la clientela que nos llegue, o sea mientras sean clientes, adelante ¿no? Y mientras no falten al lugar, o sea en la moral y lo que sea, yo creo que no tanto de discriminarlos en los establecimientos, pero a la mejor si y las personas, la gente, si los rechaza un poco porque...sabe... Aquí es muy difícil pues de que se vea bien la gente.

LAURA:- ¿Tú crees que aquí la industria del turismo...en Sonora...vamos a hablar de Álamos específicamente, este preparada para recibir a grupos de turistas gays?

FRANCIS- well, yo pienso que en general sí, porque you know negocio es negocio para el mundo de turismo, puede ser que salgan comentarios como si vienen un grupo de japoneses "¡mira todos los japoneses! ¡Mira! ¡Mira su piel! ¡Mira hay un camión de gays!" puede ser que haya un tipo de comentario, pero en general yo digo que si hubiera un flujo de turismo de este tipo, yo pienso que estaría bien".

LAURA: ¿qué piensa usted de las personas que se aman y son del mismo o sexo?

ROSALBA: No deja de ser turismo, es que es cierto. Como hoteleros cualquier turismo bienvenido. A mí me ha tocado ver que llegan parejas de del mismo sexo, que se notan que son parejas pero no los veo besándose o tomados de la mano ni nada pues, pero ya ves que si vienen de repente; yo he visto que vienen dos gay dos hombres y no te coquetean pues yo digo son pareja ja ja ja ja ja (risas), si eso saco por conclusión.

LAURA:- me dices que tu identificas al cliente LGTB por su forma de vestir, de hablar, de comportarse... ¿Tú te has negado a atender a personas por su orientación sexual?

LUIS: no. Claro que no. Eso desprestigia al hotel, a todos se le debe de atender con amabilidad como debe de ser.

LAURA: Tú crees que por ejemplo a ti te incomodaría si el hotel pusiera una bandera afuera como diciendo aquí vengan todos los gays; a ti ¿te incomodaría como personal de aquí del hotel?

LUIS: no para nada son clientes, y que vengan todos los que se pueda

LAURA:- sí. Algo más que me quieras comentar, algo que se te venga a la mente, algo que te haiga pasado, algo que te ha comentado algún otro compañero...

LUIS: no...Lo único que aquí aceptamos a todos los clientes que quieran venir. Están las puertas abiertas para los que quieran.

FRANCISCO: si, de hecho el señor ese que comentó, si tienes tu él conecte, pues con mucho gusto hacemos una fiesta aquí, los días que yo no abro claro se pueden hacer esas fechas, una vez al mes, como quieras, podemos platicarlo, podemos hacer negocio y ya no volvió el señor.

LAURA: según la literatura de lo que he leído, te deja del 40 y tantos al 64% más de derrama económica que el turista convencional.

FRANCISCO: es que si es bueno, es que si vienen y gastan, y si consumen. [...] yo podría hacer noches exclusivas para ese tipo de personas y ya el que quiera entrar aparte, pero bienvenido.

LAURA: pero te cambiaría tus esquemas, tendrías que ver personas del mismo sexo besándose.

FRANCISCO: ah no, no hay ningún problema.

LAURA: ¿si es esa noche?

PEDRO: si es esa noche, es noche de ellos, que hagan lo que quieren me entiendes. Es su noche, es para ustedes, hagan lo que quieran. [...] pues ni modo, que voy a hacer, ni modo de taparse los ojos.

FRANCISCO: ¡aquí no es un bar gay! ¿Quién les dijo que era un bar gay?, allá en le point⁶⁹ un mesero nos dijo que aquí era un bar gay, no les digo, ¡siempre ha sido normal!, si vienen y adelante no hay ningún problema pero aquí no es bar gay, es que hay un gay mesero y nos lo mandan para acá yo creo. [...] nunca le he preguntado pero para que, me vale con que vengan, consuman, ya si no se sienten en ambiente por lo menos ya entraron, ya conocieron, y yo bar gay, ¿de dónde chingados?, si vienen aquí más mujeres que hombres

LAURA: ¿qué piensa usted de las personas que se aman y son del mismo o sexo?

RAFAEL: O sea que mira ya esas cosas, ahorita te decía yo que ante Dios en anatema, es algo tremendo, porque...hay una parte de la biblia que dice: dejará el hombre a su madre y a su padre y se unirá a su mujer y los dos vendrán hacer una sola carne. Entonces Dios le dio como ayuda al hombre a la mujer y ¿qué es eso? de que ahora hombres con hombres y mujeres con mujeres, el lesbianismo y todo eso es de que el hombre se ha degradado en el pecado por eso es que suceden todas esas cosas, pero Dios no está de acuerdo con eso.

LAURA: Y con eso que me platica, que pasa si con usted acude así como yo una pareja que sea del mismo sexo, por ejemplo hombres tomados de la mano. ¿Les daría usted el recorrido?

⁶⁹ The Point es un restaurant de Puerto Peñasco, restaurant de mariscos y bar.

RAFAEL: Si, claro que si yo respeto, soy servidor del turismo y estoy para servir a la gente.

LAURA: ¿Y cree usted que se sentiría incomodo?

RAFAEL: Claro que no, tengo tantos años tratando con la gente y Dios me dio mi trabajo y yo lo hago. Se el significado de ello y yo voy a prestar mis servicios como debe de ser y sea quien sea se respeta

LAURA: Oiga RAFAEL, ¿Cómo hace para que ese conocimiento y esa integridad personal, esa forma en la que usted dirige su vida, no interfiera al momento de estar prestando sus servicios, como guía de turistas? ¿Cómo hace para no sentirse incomodo?

RAFAEL: Lo hago muy natural. Yo trabajo, tengo capacidad de improvisación y he trabajado hasta con grupos de 80 - 100 gentes, turismo Europeo de diferentes nacionalidades y ahí me salen muchos que son cristianos y nos identificamos en la Fé este, pero, es lo más bonito. Dice la biblia, no nos engañéis, Dios no puede ser burlado, lo que el hombre sembrare ese se dará, por ejemplo si yo siembro tomates no voy a levantar sandias.

Aún con reconocimiento que tienen los prestadores de servicio del estado de sonora— que considero que es mínimo— de las características del cliente LGBTTTI como segmento de mercado double income no kids (DINK), logramos percibir una especie de pacto implícito con la hegemonía heterosexual. Ellos refieren que el cliente disidente del sistema sexo género es minoría social y se limitan en ofertar servicios para al cliente LGBTTTI, al suponer que por una minoría, se perdería la mayoría. Además piensan van a perder clientela porque se van a “quemar” por recibir, en sus espacios, personas de la comunidad LGBTTTI.

LAURA: Sí aquí por ejemplo el bar “la salsa” se convirtiera en un lugar que vinieran solamente personas de orientación sexual distintas al heterosexual ¿Tú crees que la gente dejara de venir? Y ¿Tuviera el mismo éxito que tiene? Porque sé que tiene mucho éxito “la salsa” ¿no?

ARTURO: Pues yo pienso que ya se convertiría en, en... sí habría algún rechazo porque son minoría, como me la pongas, este, son minoría entonces, ¿qué es lo que le va a dar a ganar a un negocio? La mayoría ¿no? Entonces ee la gente... Por la minoría perderíamos a la mayoría; entonces, ahí sí nos limitaríamos a, pues a recibir a...

FRANCISCO: o sea, de que puedan venir y pasársela agusto aquí bien, no hay ningún problema, pero que vengan ya a hacer otras cosas que no se deben de hacer pues no.

LAURA: de tomarse de la mano o de darse un beso eso ya no.

FRANCISCO: o sea, tomarse de la mano pasa, no hay ningún problema con eso, pero ya estar abrazados y más.

LAURA: una canción romántica, que la bailen abrazaditos.

FRANCISCO: pues eso ya se brinca un poquito el límite de lo que pues puede uno permitir en el negocio, porque empiezas a recibir quejas, no todo el tiempo pero sí.

4.4.4. Capacitación para la Atención al Turismo LGBTTTI

En la actualidad la capacitación en las organizaciones es de vital importancia porque contribuye al desarrollo de los colaboradores tanto de forma personal como profesional. En nuestra investigación encontramos que la generalidad de los entrevistados no ha recibido capacitación por parte de los agentes involucrados directa o indirectamente, con la industria del turismo tales como la Secretaria de Turismo, la Cámara de Comercio, la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), Derechos Humanos, los cuales están relacionados con el turista y la actividad turística, en este caso con el turismo LGBTTTI. A veces la intención del propietario de la empresa turística, de los directivos y también porque no, de los mismos colaboradores de la empresa puede ser buena pero si los colaboradores no cuentan con la preparación o la sensibilidad necesaria, las situaciones y relaciones empresa-cliente-empresa pueden no ser productivas y traducirse así en malas experiencias para los clientes LGBTTTI.

A los entrevistados les preguntamos si reciben o han recibido capacitación en la empresa y encontramos que solamente 5 de los prestadores de servicio que entrevistamos ha recibido capacitación de la empresa, pero de forma general pertinente a su área laboral, y en esa capacitación no involucran temas que sean pertinentes a la atención de clientes LGBTTTI. En el mismo sentido podemos comentar que encontramos que de los entrevistados cuyo desarrollo en la empresa es un puesto gerencial o son propietarios, no proporcionan capacitación a sus colaboradores en cuanto a la modalidad de turismo disidente del sistema sexo-género.

LAURA:-.... ¿Has recibido capacitación a través, no sé, de la secretaria de turismo, de la PROFECO de alguna cámara de comercio...?

MARLA:- ¿acerca de qué?..

LAURA:- de la no discriminación hacia las personas LGBT a las lesbianas, gay...mmm, de la atención al turismo LGBTTTI

MARLA:- no...

LAURA:- ¿no? ¿Y de discriminación en general?

MARLA:- no. De hecho te diré que aquí a Álamos nos llegan muy pocos proyectos de ese tipo, no sé, yo he sido una de las que se asegura que mi personal sepa cómo poner las toallas, como tender una cama, o sea cursitos de esos que te levantan tu negocio, yo les he dicho mucho y no nunca hemos recibido pues...Ni con costo, ni menos gratuitos. Como que nunca nos llegan ese tipo de programas.

LAURA:- ¿has recibido o has escuchado o te han dado capacitación a través de La secretaria de turismo, o alguna cámara, acerca de los derechos de las personas homosexuales? ¿Has recibido capacitación por medio de la secretaría de turismo, o acerca de los derechos de las personas homosexuales? ¿De la atención a clientes LGBTTTI? ¿De no discriminarlos de cómo incurres en una discriminación?

FRANCIS- no.

LAURA:-¿Recibes capacitación por parte de la empresa? ¿Has recibido capacitación de la PROFECO, con derechos humanos o de algún otro organismo relacionado con el turismo, en cuanto a la atención al turismo LGBTTTI?

ROBERTO:- no

LAURA: Bueno, tú como gerente ¿has hablado de turismo LGBTTTI con tus colaboradores?

ROBERTO:- no

LAURA:-¿Recibes capacitación por parte de la empresa? ¿Has recibido capacitación de la PROFECO, con derechos humanos o de algún otro organismo relacionado con el turismo, en cuanto a la atención al turismo LGBTTTI?

BEATRIZ: no voy a las reuniones, el año pasado me mandaron invitación para ir a CANACINTRA⁷⁰, no sé qué hubo, una reunión, la cuestión es que salí fuera y me la perdí y este año no me han invitado y <deste>, tengo dos años y medio aquí en el restaurant, entonces no he ido a reuniones así.

LAURA:- ¿Conoces alguna ley que hable en específico de discriminación? ¿Que tu hayas escuchado de alguna ley que hable de discriminación hacia personas con orientación sexual distinta a la heterosexual?

LUIS: pues la verdad no.

LAURA:- ¿te han dado alguna capacitación aquí de la empresa, para atención clientes?

LUIS: si, pues lógicamente sí.

LAURA:- ¿en alguna de esas capacitaciones por ejemplo hablaron de los clientes LGBTTTI?

LUIS: pues la verdad es el mismo trato para todos o al menos no se ponen na decir "pues si vienen los gays..." o sea el trato es igual para todos

⁷⁰ CANACINTRA Cámara Nacional de la Industria de Transformación

LAURA:- ¿han hablado de discriminación en general ni para personas discapacitadas, ni personas... han hablado de discriminación?

LUIS: no, nada, nunca... O sea creo que el pensamiento es todo igual, si su pensamiento fuera diferente pues ya nos hubiera dicho.

LAURA: oye FRANCISCO, tú en las... ya ves que tienes 7 años aquí, me imagino que has ido a congresos por ejemplo de cámaras, de empresarios, de la CANACO, de esas cámaras...

FRANCISCO: no, no he ido

LAURA: y, ¿has recibido capacitación de restaurantes, bares, no?

FRANCISCO: no.

LAURA: conoces leyes o legislaciones que hablen de discriminación?

FRANCISCO: no

LAURA: Recibes capacitación por parte de la empresa y si recibes en algún momento se ha tocado el tema de la diversidad sexual.

OSCAR: No, fíjate que no

LAURA: – ¿nunca?- no.

LAURA: Y ¿si tienes capacitación, en cualquier otra área de tu puesto?

OSCAR: No tengo capacitación

LAURA: –ni de atención a clientes, ni seguridad industrial en el negocio

OSCAR:- no –nada de ese tipo de cosas- no, la atención a clientes la manejamos nosotros

LAURA: ¿Has recibido información de los derechos de las personas homosexuales?

OSCAR: No, fíjate que no y sería muy interesante por la situación que pasó en ese bar, conocer. – Es lo que te digo, eso ya es demasiado normal ya, no es tabú ya, es una cosa abierta ya, al momento de las personas, de las leyes que se cambian a favor de ellos, de darles su espacio, darle su protección me entiendes, que no los denigren, eso quiere decir pues también que la ley está –esas aperturas de que ya pueden registrarlos en el ISSSTESON- así es –o en el IMSS que pueden tener relaciones civiles formalizadas y reguladas- por la ley.

LAURA:- ¿te capacitan? ¿En todos los años que llevas aquí en la empresa trabajando? ¿Te han capacitado? por ejemplo ¿cómo hacer bebidas, cómo atender a clientes?

FEDERICO: si

LAURA:- ¿en algún momento te han hablado del turismo LGBT?

FEDERICO: no, no me han hablado de eso

LAURA:- ¿y de discriminación?

FEDERICO: tampoco nunca

LAURA:- pero de atención al cliente ¿sí?

FEDERICO: aquí lo que pasa es que atendemos al cliente como es.

LAURA:- y cómo es el cliente

FEDERICO: pues normal, todos iguales.

LAURA: ¿recibes capacitación aquí en la empresa?

LEYLA Si,

LAURA: Y dentro de esa capacitación que recibes, alguna vez han hablado de clientes LGBTTTI

HH2–No, la verdad no

LAURA: Y alguna vez ¿han hablado de discriminación a clientes?

LEYLA: –No tampoco

LAURA: Alguna vez han hablado de los derechos de las personas homosexuales.

LEYLA–mmn no

LAURA: ¿Conoces alguna ley que hable sobre discriminación?

MARÍA LUISA: si...noo, no estoy segura...

LAURA: ¿Recibes capacitación?

MARÍA LUISA: Mmm de trabajo, si

LAURA: ¿Alguna vez en esa capacitación se habló algo de diversidad sexual?

MARÍA LUISA: No

LAURA: ¿De asuntos de derechos humanos para personas por su orientación sexual?

MARÍA LUISA: No

LAURA: ¿Recibes capacitación cecy? ¿Aquí en la empresa?

CECILIA: si

LAURA: ¿en algún momento te ha tocado recibir capacitación que hable de la diversidad sexual?

CECILIA: no.

LAURA: en algún momento te ha tocado que te hablen de los derechos humanos de las personas LGBT?

CECILIA: no nunca.

LAURA: ¿recibes capacitación aquí en la empresa?

PACO: hace mucho que no, si nos daban así lo normal pero ya hace tiempo que no.

LAURA: y en algún momento cuando la recibías te daban capacitación acerca de la diversidad sexual, de que había personas que eran lesbianas que eran gay.

PACO: no,

LAURA: y en algún momento ¿hablaron de los derechos humanos de las personas lesbianas y gays?

PACO: no, la verdad que no.

LAURA: ¿Recibes capacitación aquí en la empresa?

WENDY: De mi área no. El sistema, cursos específicos como atención al cliente o cosas así, yo soy la que se los doy al personal.

LAURA: ¿En algún momento les has hablado de diversidad sexual? No

LAURA: ¿De concientización hacia la diversidad sexual? no

LAURA: *¿Sobre derechos humanos? No*

LAURA: *¿Sobre discriminación? No*

LAURA: *¿Conoces alguna ley que hable de discriminación por orientación sexual?*

WENDY: *No, bueno si... sé que hay una ley pero no sé en qué nos afecte no en que consiste.*

LAURA: *Y ¿cómo sabes que existe? Por la televisión, por los medios de comunicación. No porque yo me haya puesto a investigar o alguien me haya dicho. Sé que ahora tienen muchos derechos. Como el de matrimonio, el registro de las personas en seguridad social.*

(Se incorporó el señor Grajeda a la entrevista).

LAURA: *Le preguntaba a su esposa ¿si es la primera vez que ha recibido capacitación acerca del turismo Gay?, más bien si ha escuchado el termino turismo gay?*

HEBERTO: *Si lo hemos escuchado pero no nos han capacitado.*

HEBERTO: *No fue capacitación, sino que la Profeco nos dio, tipo que hay que hacer igualdad en los géneros, tipo que si recibes una pareja gay o las parejas lesbianas, o sea es el mismo trato y hay prestadores de servicios que no dan el mismo trato, no aceptan ese, que los comensales estén allá (señala un lugar en otra mesa) y que una familia este aquí, pues no lo ven bien eso.*

LAURA: *¿Te ha tocado recibir a ti capacitación de tu trabajo; de tu área, como Gerente de Alimentos y Bebidas? ¿Has ido algún curso quede las cámaras de restaurantes y bares algo así? ¿Te ha tocado recibir capacitación?*

ARTURO: *Sí, claro que sí; en otros, en otros restaurantes donde he trabajado; este, las mismas empresas como Tecate, Corona; te mandan a cursos de superación personal, este, de desarrollo en, en administración del mismo negocio, son, son básicas pero, pero si, sirven.*

LAURA: *Y ¿Alguna vez han hablado del turismo LGBT? ¿En algunas de las capacitaciones?*

ARTURO: *No me ha tocado, no me ha tocado sinceramente pero, pero pues si es algo que se va empezar a implementar pues no, no veo yo porque... En, en esos cursos nos han hablado que no debemos de dar, este, importancia, digo, nos hacen una pequeña seña independientemente de, del sexo o de la posición ¿no? Que uno debe de dar el mismo; el cliente tenga o no tenga ¿no?*

LAURA: *¿Les han hablado de Derechos Humanos, por ejemplo? ¿De cuestión de Derechos Humanos, de discriminación por derechos humanos, en la capacitación que has ido?*

ARTURO: *Es poco, es leve, lo básico; pero sí.*

LAURA: *¿Pero nunca el tema de diversidad sexual, exclusivamente?*

ARTURO: *No, no, no, no.*

LAURA: ¿has tenido tu alguna capacitación, alguna línea de la secretaría de turismo para empezar a trabajar con lo que es el turismo gay aquí en...?

CLAUDIA: No, no la hemos tenido. Se ha hablado en la secretaría en las juntas que hemos tenido, que es un turismo de un nivel medio alto.

LAURA: y tú por ejemplo ya, separándonos un poquito de lo que es la secretaría de turismo, has bajado esa información aquí a tu personal del hotel en cuanto a las posibilidades de aperturarse a un turismo gay?

CLAUDIA: no, no lo hemos hecho, la verdad no lo hemos hecho.

LAURA: Me decías que en la escuela ya se está tratando este tema?

POLICIA: Si ya se está tratando, ya ve que allá en el sur ya se están aceptando las bodas entre gays y ese tema lo estamos tocando en la escuela y los mismos adultos hay jóvenes y adultos son las mismas opiniones., de que ya está cambiando la aceptación para esta persona ya es más abierta la sociedad, ya no son personas motivo de burlas ya lo asimila todo tipo de edades.

Siguiendo las líneas anteriores presento 3 testimonios de servidores públicos entrevistados que manifiestan que no han recibido capacitación.

LAURA: ¿has tenido tu alguna capacitación, alguna línea de la secretaría de turismo para empezar a trabajar con lo que es el turismo gay aquí en...?

CLAUDIA: no, no la hemos tenido. Se ha hablado en la secretaría en las juntas que hemos tenido, que es un turismo de un nivel medio alto.

LAURA: y tú por ejemplo ya, separándonos un poquito de lo que es la secretaría de turismo, has bajado esa información aquí a tu personal del hotel en cuanto a las posibilidades de aperturarse a un turismo gay?

CLAUDIA: no, no lo hemos hecho, la verdad no lo hemos hecho

LAURA: ¿Me decías que en la escuela ya se está tratando este tema?

POLICIA: Si ya se está tratando, ya ve que allá en el sur ya se están aceptando las bodas entre gays y ese tema lo estamos tocando en la escuela y los mismos adultos hay jóvenes y adultos son las mismas opiniones., de que ya está cambiando la aceptación para esta persona ya es más abierta la sociedad, ya no son personas motivo de burlas ya lo asimila todo tipo de edades.

LAURA: En algún momento ¿dentro de su corporación policiaca le han dado cursos sobre derechos humanos? ¿Derechos Sexuales? ¿Discriminación?

POLICIA ALAMOS: La POLICIA turística apenas tiene un año, es un proyecto todavía no tenemos nuestra propia base estamos trabajando en ellos, buscamos nuestra propia gente apenas estamos avanzando, ahorita estamos aquí principalmente para dar información al turismo y en caso de ser necesario guiarlos a los puntos que quieran visitar o darle las direcciones simplemente. No hemos llegado a esas capacitaciones.

LAURA: Y en escuela ¿qué es lo que específicamente están viendo?

POLICIA: Los derechos humanos en México pss ya se aceptó y se tiene que reformar muchas cosas ya no se debe acosar y el que haya bodas del mismo sexo ya trae consigo otras cosas como el adoptar niños, pero son muchas cosas que deben de reformar.

LAURA: ¿Estos temas los ve en la academia de POLICIA?

POLICIA: Nop, se ven en la universidad en la UVM, soy alumno de Derecho. En las escuelas de policía no se ha tocado el tema.

Una vez avanzada la entrevista se les cuestionó si ellos consideraban necesaria la capacitación para atención al turismo disidente, las opiniones fueron diversas. Hay quien opinó que no era necesario la capacitación para otorgar el servicio a clientes LGBTTTI, argumentando que el cliente disidente de sexo y género es un cliente “normal”, por tanto no era necesaria una capacitación y/o protocolos especiales; no obstante, encontramos prestadores de servicios que reconocen la importancia de esta modalidad del turismo y de igual forma reconocen que quizás no exista la sensibilidad necesaria para atenderlo. Veamos:

MARLA:- eso es muy importante así como se está haciendo ya tan normal tan común yo pienso que ellos ya deberían de dar capacitaciones para las personas que como tú dices no tienen a lo mejor, no se... la sensibilidad necesaria para el respeto hacia la integridad humana.

Otro argumento que fortaleció la necesidad de capacitación entre los entrevistados fue de la poca o nula posibilidad de expandir el abanico de oferta turística a personas LGBTTTI porque existen pocos apoyos entre los mismos prestadores de servicios de la región para crear *cadena de valor*⁷¹ empresariales.

LAURA: ¿Tú crees que el prestador de servicios turísticos esté capacitado para atender a gente LGBTTI?

PEDRO: No, y de echo no, y te voy a decir porque. Cuando comenzamos con el proyecto de que iba a haber una convención lésbico gay no sé qué carambas se llama transgénero y cosas de esas este se anduvo buscando donde hacerla y todo mundo cerró las puertas o sea y ¡yo no!

LAURA: ¿Te refieres a los hoteles y centros de convenciones?

PEDRO: Si

LAURA: Y ¿qué razón les daban?

ENTREVISTADO PPB2Fíjate que ninguna no me dijeron, no solo me decían no nos interesa y cosas así y entonces le dije a mi amigo dile al cuate este, yo no lo conozco no sé cómo se llama si me preguntas no te pudiera

⁷¹ La cadena de valor es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una organización para generar valor al cliente final y a la misma empresa.

decir eee pero yo le dije pero pss tráetelo cabrón aquí les hacemos fiesta les preparamos todos y va hacer un fin de semana exclusivo para ellos.

Uno de los hallazgos principales que encontramos entre los entrevistados que manifestaban la necesidad de tener capacitación para conocer mejor el segmento de mercado LGBTTTT, fue la incertidumbre a la que se enfrentan cuando atienden a las personas transexuales, o transgénero o travestis; es decir, su preocupación es por no tener la certeza si están tratando de la forma correcta a las personas que transgreden el estereotipo y/o rol de género con mayor visibilidad.

FRANCIS: Pero también hay personas aquí, hay hombres que son mujeres, se visten como mujer, pero son hombres...y aah, hay varios, like como nosotros decimos a "he-she" yo nunca se saber decir si ella a él o el a ella porque a mí son mujeres, you know?...asi quieren ser y son muy aceptados aquí.

LAURA:- ¿y a usted se le dificulta si llamarlos ella o el...?

FRANCIS- yo estoy de "do I call him, him or her?" a ella...a estas personas, como "aquí estamos juntos o juntas? You know? (risas)

LAURA:- y ¿cómo decide llamarles cuando tiene trato con ellos?

FRANCIS- yo, si, si, si todavía les digo "el" or en vez de decir estamos juntas, digo juntos... Porque pues es más neutral

LAURA:-¿aunque anden vestidos de mujer, usted todavía les nombra "el"?

FRANCIS- si de hecho cuando lo digo así no se su estoy de "no sé si esto es correcto"

LAURA:- ¿nunca le ha preguntado a la persona?

FRANCIS- ah no, de hecho y yo pudiera, ¿quieres que te diga ella o él? Porque también son muy abiertos, muy, no creo que tomarían ofensa, los conozco bastante bien. Sí, yo pienso que, you know, para unos es necesario tener algo de información de cómo tratar...no sé, va a ser interesante saber si en la costa es diferente que aquí...porque en general yo creo que allá, en las zonas costeras, son lugares que son más abiertos, aquí yo siento que sería un poco tradicional.

Y la cultura es más tradicional aquí con la gente en Álamos, con mi comunidad, ¿no? Nosotros no somos muy tradicionales pero aquí vivimos junto ya aun lado de ellos pero me gusta (risas),

LAURA: ¿te ha tocado atender a personas LGBTTTT?

LEYLA: Si exactamente, te puedo hablar de los que se notan más, por ejemplo yo, esa muchacha (refiriéndose a una transexual) si no me hubiera enseñado la credencial de elector jamás me hubiera pasado por la cabeza que era mujer, nunca, hablaba como hombre, actuaba como hombre, se vestía como hombre, incluso creo que se sometió a una operación para quitarse los pechos porque para mí era un hombre, a mí a la vista y la verdad cuando a mí me enseñó la credencial de elector y que me di cuenta que era ella y no el, si me sorprendí mucho y si me puso a mí en una

disyuntiva, como lo sigo atendiendo, como me sigo dirigiendo, si él o ella y si fue bien difícil. Si te hace hincapié o algo, por ejemplo a ella lo la seguí atendiendo como si fuera él y si me firma aquí por favor, aquí está su identificación y le indiqué en donde está la habitación y no me dijo absolutamente nada, porque en cuanto llegó: en que puedo ayudarle joven, como te digo, no percaté jamás de que no era hombre, hasta que vi la credencial de elector, hasta en ese momento.

Aunado al discurso de los entrevistados que señalan que es necesario recibir capacitación para conocer costumbres y necesidades de la comunidad LGBTTTI, además para tener la posibilidad de ampliar el abanico de opciones en la oferta turística encontramos un discurso con aristas centrales en la necesidad de sensibilizar al personal que colabora en las empresas. Los entrevistados resaltaron a la importancia de un mejor trato humano, a la concientización, a la igualdad, a la normalización social del cliente disidente del sistema sexo-género. Veamos:

LAURA: ¿Crees que cualquier industria turística, cualquier empresa turística pueda abordar por si solo a este segmento de mercado o necesite una asesoría especializada?

OSCAR: Yo pienso que necesitaría una asesoría especializada por medio de la misma gente

LAURA: – ¿en qué sentido?

OSCAR:- En la forma del trato para ellos, lo que le van a ofrecer, los gustos que tienen, a que están enfocados, ¿me entiendes?, si una persona que sea, esté como supervisor, más como mercadotecnia que como concientización de igualdad

OSCAR:- Así es, que sea algo parejo para ellos, alguien que sepa ofrecerles las cosas, que haya estado de su bando, me entiendes, que conozca lo que es en sí la homosexualidad, -los gustos- lo que les gusta, los colores, todo ese tipo de cosas.

LAURA: ¿Crees que el estado de Sonora en el sector turismo, este preparado para la apertura del cliente LGBT?

MARÍA LUISA: Híjole, pues no sé si estamos preparados lo que sí sé, es que lo vivimos a diario, o sea, eee creo que ahorita ya hay más gente valiente que se atreve a sacar su sexualidad yyyyy obviamente ha influido...últimamente yo he visto más gays...aquí yo tengo cuatro años y cuando yo recién entre no veía tanto gay a como estoy viendo ahorita. No sé si estamos preparados pero creo que deberíamos a empezar a hacer algo.

LAURA: ¿En qué forma crees que deberíamos estar preparados?

MARÍA LUISA: Evitar comentarios, verlos como una personas heterosexual como una persona normal, evitar ese morbo curiosidad. Yo creo que es lo

único porque fuera de ahí, digo a mí no me ha tocado presenciar en ningún hotel y me atrevería a decir que en nuestro giro no debería de existir discriminación o comentarios, porque a final de cuenta somos una empresa de servicios y deberíamos estar abiertos a todo. Yo creo que nada más sensibilizarlos a que son personas.

LAURA: ¿Tú consideras que sea necesario que el personal de este hotel reciba algún curso de sensibilización?

Si, a lo mejor no específicamente este hotel yo creo que todos al igual todos los que prestamos servicios, todas las empresas del sector turismo. Creo que sería muy bueno que se tocara ese tema, si se toca mucho el tema a la capacitación a la parte que se habla de que somos familia, que somos personas pero ese tema no.

LAURA: ¿Crees que cualquier industria turística, cualquier empresa turística pueda abordar por si solo a este segmento de mercado o necesite una asesoría especializada?

PACO: si estaría viéndolo desde varios puntos, ¿Por qué?, pues es negocio y aparte es trabajo para uno mismo, o sea, y aparte hacer a las personas, a los trabajadores hacerlos más humanos pues, estaría bien.

LAURA: ¿Cuando hablamos de atención de protocolos de atención, tú crees que se necesiten protocolos especiales para atender al cliente LGBTTTTI?

WENDY: No siento tanto una capacitación, sino más bien una sensibilización de cómo atenderlos cuando lleguen ese tipo de clientes. Pero no siquiera debería de ser así porque nosotros débenos de atender a todos por igual. Siento más bien que el turismo de playa ellos lo ven como algo normal porque a ellos les llega más gente así, aquí nos llegan más empresarios, turismo de negocios etc.

Continuando con el eje de capacitación al personal acerca de las empresas turísticas de las costumbres y necesidades del cliente LGBTTTTI, encontramos que un prestador de servicio argumenta que no es necesario recibir capacitación y que le digan cómo debe tratar a las personas independientemente de su identidad y orientación sexual.

LAURA: ¿Te ha tocado recibir alguna capacitación del turismo LGBT?, ¿de discriminación? ¿De atención a clientes? ¿Qué alguna cámara te diga algo del turismo LGBTTTTI?

PEDRO: Yo considero que no necesitas que alguien venga y te diga como debes tratar a las personas independientemente si son homosexuales, bisexuales, “trisexuales” o lo que sea no dejan de ser personas y creo yo, en mi muy humilde opinión que, que jodido aquel cabrón que necesiten que le digan: mira aquel carbón es gay y lo tienes que tratar de esta manera, creo que no

LAURA: Y, ¿sobre discriminación has recibido algo?

PEDRO: Cuando menos en el sentido mío personal creo que he transmitido ese pensamiento con ellos o he transmitido esa idea con los trabajador eso sea no tenemos nosotros en forma personal y en forma de empresa nunca hemos tenido un problema con alguien así, llegan los atendemos como normalmente se atiende a toda la gente si los vemos los muchachos los bar tender se llevan con alguno de ellos.

LAURA: Ah, no se permite la discriminación. Oye, y esto de que no se permite la discriminación, te ha tocado trabajar a ti, ahorita estás en Marinaterra, igual me estás comentando de tu empresa, pero sé que has trabajado en otras empresas del sector turismo, te ha tocado capacitación específica hacia la diversidad sexual o donde hayan tocado temas de diversidad sexual o protocolos de atención para las personas de...

JAVIER: En lo más mínimo, si tuve éxito en este tipo de ventas con estas parejas es porque yo he sido muy abierto todo el tiempo y he tenido amistades así y entonces sabes cómo tratarlos, sabes cómo apapacharlos y hacer las cosas bien.

LAURA: ¿Tú crees que se necesite, que la industria turística necesite o pueda abordar de forma sin ninguna capacitación a este segmento de mercado?

JAVIER: Mira, esto depende mucho de la visión del manager de cada empresa, porque si el manager es inteligente y se da cuenta del poder adquisitivo y la derrama que le va a dejar este sector, va a capacitar a sus empleados o les va a decir por lo menos, sabes que, cuando vengán estos te los encargo porque estos te van a dejar.

4.4.5. Conocimientos de Actividades LGBTTTI en la localidad

Seguimos con la exploración de las prácticas de atención a clientes de los entrevistados e indagamos si ellos cuentan, conocen y exhiben información relevante acerca de las actividades LGBTTTI en la localidad para consulta de los huéspedes. Solamente uno de los entrevistaos afirma que si ha visto empresas dedicadas al sector turismo con símbolos que reconozcan a la diversidad sexual. Otro cliente manifiesta que si conoce lugares de su localidad en donde los clientes principales son clientes de la comunidad LGBTTTI. Del resto de los entrevistados no obtuvimos información.

LAURA: han visto lugares como restaurantes y bares que tienen una bandera de arcoíris afuera.

EVELYN: no pero yo si he sabido de bar gay por ejemplo, que si hay lugares para puro gay

LAURA: ¿conoces empresas del sector turismo que estén a favor de los derechos civiles aquí en Hermosillo, de los derechos civiles del homosexual, te digo esto, como en lugares como puerto peñasco , Puerto Vallarta, en Cancún, hay lugares específicos donde puedes ir, e inclusive que tenga los símbolos de gay friendly de la bandera.

OSCAR: si, si, pues hay varios negocios aquí en Hermosillo, hay varios negocios y de hecho va de, no necesariamente están dedicadas a este tipo de gente pero llevan a sus amigos [...] dicen que se pone bien como dice el dicho- - si, si – buena música y mucho respecto en el lugar- sabes que ellos son mucho más respetuosos que la gente normal que va a un bar, si te pones a comparar a una cantina con gente homosexual a una cantina de gente heterosexual, vas a ver un mundo de diferencia, porque, porque por lo mismo de su forma de ser, ellos son un poquito más, más limpios, más expresivos en el aspecto de ... educado [...] aquí no, en las cantinas eeh, eero, son muy sonrientes, hay uno que otro que se pasa a veces pero es parte de, es parte de la naturaleza de ellos y es parte de la naturaleza del heterosexual el ser agresivo contra ese tipo de personas, por eso se llevan muy bien cuando se juntan ellos, aquí han venido muchas veces, se ponen a bailar, no molestan a nadie, se la pasan bien, como te digo, yo no tengo nada en contra.

4.4.6. Oferta Laboral para las Personas LGBTTTI

El ámbito laboral es un espacio de socialización fundamental en la vida de las personas y por tanto el tiempo de trabajo es, por su cotidianidad y por su proximidad, una clave valiosa para visibilizar, para hacer patente la igualdad, la dignidad de las personas de la comunidad LGBTTTI. Por tanto, emplear personal que refleje la diversidad de la comunidad es otro de los lineamientos fundamentales que establecen organismos internacionales para la atención del turismo LGBTTTI. A los entrevistados se les cuestionó si en su empresa laboran personas que ellos reconocen como LGBTTTI las respuestas fueron diversas. Algunos de ellos manifestaron que no laboran en su establecimiento personas disidentes del sistema sexo-género. Otros de nuestros entrevistados no reconocen si dentro de su personal existen personas que tengan orientación sexual distinta a la heterosexual. Los que si identifican que tienen empleados LGBTTTI, manifiestan que existe una armonía laboral, en donde no hay evidencias de faltas de respeto o discriminación.

Un dato curioso que debo señalar en mis resultados es que una de las entrevistadas manifiesta que son personas adultas las que trabajan en su empresa y por eso no hay

personas LGBTTTTI dentro de su planta laboral. Creo que el beneficio de amar a personas de su mismo sexo se lo está adjudicando solamente a las personas jóvenes.

En general, no existe algún lineamiento interno de la empresa en el que se establezca que dentro de la planta laboral deben contratarse personas LGBTTTTI, sin embargo logré percibir que entre los prestadores de servicios del estado de sonora una negativa de emplear a personas disidentes del sistema sexo-género

LAURA:- mmm.... ¿en tu empresa han trabajado personas gay? ¿O lesbianas o? etc.

ROBERTO:- no

LAURA: ¿ustedes tienen personas gay trabajando aquí?

HEBERTO: no, no sabemos.

LAURA: mjm... ¿qué son homosexuales, que trabajan y que son abiertamente reconocidos por ejemplo?

JUAN: no, no sé, si sean abiertamente reconocidos, pero; resultan evidentes ¿no? A la vista.

LAURA:- oye, hay gente trabajando que sea reconocida como gay, abiertamente conocida como gay? Aquí, gente trabajando.

LUIS: no...Son puras señoras grandes.

LAURA:- las personas grandes también pueden ser gay

LAURA: PALACIOS: entonces no es así de que se asusten, igual y el sobrino de una o el vecino de una, sabes cómo que ya es más apertura, conmigo han trabajado dos personas que han sido gays, y gays que lo decían y uno tenía pareja y todos lo sabíamos y todos los respetaban.

FRANCISCO: no, de hecho trabajaba un gay conmigo antes.

LAURA: y trabajaba... ¿tenía los mismos derechos que los demás?

FRANCISCO: si, no había problema, me la llevaba bien con él, o sea todo mundo se la llevaba bien con él, él era, el hacía sus eventos aquí cuando trabajábamos juntos, el hacía sus eventos de eran los jueves noches de tema, era noche de...

FRANCISCO: pijama party, este, diferentes temas así, él trabajó hasta que se acabó, ya la gente ya no vino, de hecho él es gay de peñasco, bueno es de Caborca, se vino y lo conozco desde hace mucho.

LAURA: ¿había burlas con él, con los demás empleados, por ejemplo que se burlaran de él, que se rieran de él, que lo criticaran, que...?

FRANCISCO: no, nunca llegó al límite de meterse en su sexualidad ¿no? Nunca se llegó al límite de que a pinchi joto o... ni eso eh, no llegó a ni bromas sobre su sexualidad, ni nada, simplemente era una persona más, normal.

LAURA: ajá.

FRANCISCO: luego otro chavalito que trabajaba aquí, nunca se faltó al respeto, no era muy abierto el de que era gay, pues, pero todo mundo sabía que era gay.

LAURA: tú crees que reprimía su sexualidad por miedo a que lo rechazaran?

FRANCISCO: no creo.

LAURA: ¿tu empresa emplea personas con diferentes orientaciones sexuales?

PEDRO: si

LAURA: ¿has escuchado tú que los mismos compañeros se burlen por su orientación sexual?

PEDRO: nooooo para nada

CECILIA: pues es igual, nosotros lo vemos muy normal, por lo mismo, porque estamos impuestos, estamos impuestos a convivir entre los compañeros.

LAURA: ¿tienen gente que es homosexual trabajando aquí?

CECILIA: si, ajá si

LAURA: y el trato para ellos es igual?

CECILIA: igual

4.5. CATEGORÍA 4: Conocimientos Generales de la Modalidad del Turismo LGBTTTI

En esta categoría tratamos de explorar los conocimientos generales que los prestadores de servicios de servicios turísticos del estado de sonora tienen de la modalidad del turismo LGBTTTI.

4.5.1. Conocimiento de la Modalidad del Turismo LGBTTTI por Parte del Prestador de Servicios Turísticos del Estado de Sonora.

El turismo LGBTTTI es una modalidad del turismo que se ha implementado en los últimos años y con mayor fuerza en los lugares de amplia aceptación social de la homosexualidad. Aunque el segmento de mercado es emergente y con gran dinamismo, es una modalidad aún un tanto desconocida para los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora.

El concepto que asocian a su imaginario es turismo Gay no turismo LGBTTTI; es decir, cuando les preguntamos sobre turismo LGBTTTI, los entrevistados solo lo

visibilizan como turismo gay y dejan al margen otro tipo de turismo disidente del sistema sexo- género como las parejas de lesbianas, los transgénero, los transexuales etc.

Veamos las respuestas de los entrevistados cuando se les cuestionó si sabían de la modalidad del turismo LGBTTTTI o si lo habían escuchado.

LAURA: ¿Has escuchado del turismo LGBT? así, turismo LGBT

ROBERTO:- no

LAURA: ¿Usted ha escuchado el término turismo gay o turismo LGBTTTTI?

BETTY: No nunca

LAURA: ¿Ha visto hoteles o restaurantes en otras partes, que tengan una bandera con colores de arcoíris?

BETTY: No, nunca

LAURA: ¿han escuchado el término gay fiendly?

BETTY: No, nunca

LAURA: ¿has escuchado?, alguna de ustedes ¿han escuchado el término turismo gay, turismo LGBT o turismo rosa?

EVELYN y BEATRIZ: no.

LAURA: y han escuchado el término gay friendly.

EVELYN: no

LAURA: ¿has escuchado el término turismo gay, turismo LGBTTTTI o turismo rosa?

LUIS: la verdad no, nunca,

LAURA:- nunca, ¿te ha tocado ver hoteles que por fuera o en algún lugar tengan un distintivo como banderas o algo así con arcoíris?

LUIS: pues no la verdad no.

LAURA: ¿Cuál es la experiencia que tú tienes de los eventos que traías de personas LGBT?, ¿creo que traías turistas de Canadá y de Estados Unidos?

PEDRO: Traíamos un evento que se llamaba PRIDE en donde podían venir de cualquier parte del mundo, duro tres años consecutivos pero no teníamos abarcado mercado para que pudiera ser un éxito este evento

LAURA: ¿Has escuchado el término gay friendly?

PEDRO: No he escuchado, pero me suena, es algo así como PET frendly?

LAURA:- ahh... ¿has escuchado tu algo del turismo LGBT? o turismo rosa, turismo gay?

FEDERICO: no, nunca me había tocado

LAURA: ¿Alguna vez han hablado del turismo LGBT? ¿Ha escuchado el término "turismo LGBT?"

JUAN: LGBT, de que... ¿A qué se refiere?

LAURA: Al; es: lésbico por la "L", "G" de gay, "B" de bisexual, y "T" de transexual o transgénero ¿no? Y travesti. Ahora es "turismo LGBTTTTI"

pero comercialmente o como lo hemos visto en las... es turismo LGBT o turismo gay.

JUAN: Mira, quizás en alguna parte donde haya más movimiento; aquí tenemos muy baja ocupación, tenemos muy poca ocupación; y la ocupación que tenemos es prácticamente local ¿no? (Mjm... LAURA:) te digo local porque, el hotel es de: Hermosillo, si acaso Chihuahua, Obregón; es regional (Ajá... LAURA:) prácticamente ¿no? Entonces ee, el americano viene poco; o sea, estamos hablando de gente local; entonces el, lo más importante para nosotros ¿no? Entonces yo, no le he oído porque no, no nos alcanzamos a llenar con lo que tenemos, para pensar en otra cosas ¿no? (Ajá... LAURA:)

LAURA: ¿Has escuchado algo de turismo LGBT?

LEYLA: La verdad no, o sea, lo escuché en la escuela pero realmente no se en que consiste no.

LAURA: Ajá, ¿has escuchado el término “gay friendly”?

LEYLA: No, tampoco.

LAURA: mmm ¿tú has escuchado algo de turismo gay?

PACO: no, la verdad

LAURA: ¿no?

POLICIA: Has escuchado el termino Gay friendly?

No

LAURA: Has escuchado algo sobre turismo LGBT?

WENDY: No. No aquí me imagino que es el turismo gay. Aquí en Hermosillo, no me ha tocado, ninguna actividad o escuchar algún lugar a donde puedas ir.

Muy pocos de los entrevistados afirmaron que tienen conocimiento o han escuchado de la noción de turismo LGBTTTTI, pero no explicaron o argumentaron con precisión su conocimiento de la modalidad de turismo LGBTTTTI-

LAURA: ¿Has escuchado el término “turismo LGBT”?

MARÍA LUISA: No

LAURA: Turismo Gay

MARÍA LUISA: Turismo gay, sí.

LAURA: Que has escuchado

MARÍA LUISA: Bueno...esteeee sé que hayyyy esteeee, pues vaya no sé si organizaciones comunidades etc, que tiene sus días, y que psss también son personas como tu como yo que tienen sus vacaciones ooo también trabajan que tienen que viajar andar en lugares diferentes a su lugar de origen.

LAURA: ¿has escuchado algo de turismo gay?

CECILIA: sí.

LAURA: ¿si lo has escuchado?

CECILIA: lo he escuchado.

LAURA: ¿y qué has escuchado?

CECILIA: ... pues... he escuchado que si existe qué, que...

LAURA: ¿has escuchado el término gay friendly? Amistosos a los gays

CECILIA: no.

LAURA: ¿Has escuchado algo GSCH1 del turismo LGBT?

JAVIER: Si, de hecho hay ciudades no, hay ciudades que se caracterizan por ser gay friendly ¿no? como Vallarta, como es San Francisco, Ibiza, hay muchas partes, o hay ciudades donde hay áreas para ellos destinadas donde nadie los va a molestar y saben que van a poder explayar tranquilamente.

LAURA: ¿Conoces empresas del sector turismo que estén a favor de los derechos civiles aquí en Hermosillo, de los derechos civiles del homosexual, te digo esto, como en lugares como Puerto Peñasco , Puerto Vallarta, en Cancún, hay lugares específicos donde puedes ir, e inclusive que tenga los símbolos de gay friendly de la bandera.

OSCAR: Si, si, pues hay varios negocios aquí en Hermosillo, hay varios negocios y de hecho va de, no necesariamente están dedicadas a este tipo de gente pero llevan a sus amigos

LAURA: -ajá-

LAURA:- ¿has escuchado el término turismo gay? O ¿Turismo LGBT?

MARLA:- no

LAURA:- ¿No? ¿No lo has escuchado? ¿Te ha tocado ver en algunas partes en otras ciudades, en otros países, la bandera de arcoíris que es representativa al turismo gay?

MARLA:- la he visto pero, o sea no, que te digo, en televisión talvez, pero no de estar presente no.

LAURA:-¿has escuchado el término turismo gay? O ¿Turismo LGBT? ¿Qué has escuchado?

FRANCIS- bueno tengo unos amigos que trabajan en un cruise line que se llama ATLANTIS⁷² y es yo los conozco este lado a través de ellos y esto es de más de gay pero también lesbianas que están en el crucero y tengo un amigo que trabaja ahí desde hace años y otros que han incorporados por un tiempo entonces y también pues yo viví muchos años en California, en San Francisco, entonces hay mucho más movimiento en general en este sentido, y había otra cosa... y tenemos un amigo que es observador de aves que es otro guía y él dijo que hay un gay bird watching club y aam...y quería traer a su grupo de gay observadores aquí y le dije que si quiere que adelante

(Se incorporó el señor Grajeda a la entrevista)

⁷² Es una compañía con más de 20 años en el mercado. Cuyo segmento de mercado es la comunidad LGBTTTI

LAURA: Le preguntaba a su esposa ¿si es la primera vez que ha recibido capacitación acerca del turismo Gay? (en otro memento de la entrevista menciono, que escucho el término LGBTTTI en la Profeco), más bien si ha escuchado el termino turismo gay?

HEBERTO: Si lo hemos escuchado pero no nos han capacitado.

4.5.2. Identidad como Empresa *Gay Friendly*

Continuando con la categoría 4: Conocimientos generales de la modalidad de turismo LGBTTTI, y alineados a los lineamientos fundamentales que las asociaciones organismos internacionales para la atención del turismo LGBTTTI preguntamos a los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora acerca del uso símbolos⁷³ LGBTTTI dentro de tus instalaciones, si ellos como empresa promoverían el turismo esta clase de turismo, y si conocen empresas del sector turismo que sean promotoras del turismo LGBTTTI. Lo anterior para poder analizar en el discurso si los prestadores de servicios de las empresas que entrevistamos cuentan, conocen y exhiben información relevante acerca de las actividades LGBTTTI en su localidad para la consulta de los clientes. Y encontramos que; están dispuesto a promover el turismo LGBTTTI, sin embargo se reservan el uso de símbolos que se identifican como la comunidad LGBTTTI, los entrevistados argumentan que si los usan pudieran incurrir en hacer una diferenciación con el trato hacia el resto las personas. De igual forma argumentan que no es necesario el uso de símbolos LGBTTTI, porque el servicio que ellos ofertan no tiene nada que ver con las preferencias sexuales. Otros entrevistados expresaron que ellos si estarían dispuestos a utilizar símbolos que representen a la comunidad LGBTTTI, dado que su principal objetivo es otorgar el servicio sin hacer distinciones entre los clientes.

LAURA: Tú, ¿estás dispuesto a promover tus negocios para el turismo gay?

MARIO: Si

⁷³ Previo a esta pregunta, de forma general nos vimos en la necesidad de explicar al entrevistado cuales eran los símbolos que distinguían a la comunidad LGBTTTI. El ser humano siempre ha buscado elementos que lo representen. Cada país, cada movimiento social y cada hecho histórico poseen una simbología distintiva y propia. Por tanto, es de esperarse que en el transcurso de la historia se haya desarrollado cierta simbología homosexual como mecanismo de identificación para sus seguidores. los miembros de la comunidad LGBTTTI han adoptado ciertos símbolos por los cuales se identifican y a su vez, demuestran su unidad, orgullo y valores compartidos.

LAURA: ¿Poner las banderas los símbolos que indiquen que el lugar es gay friendly?

PEDRO: Mira yo considero y ahí te va la situación, yo considero y creo a mi muy personal punto de vista, yo creo que no tendría por qué anunciarme posiblemente a lo mejor si yo pusiera una bandera así como tú me dices y yo desconocía hee, pero no se a lo mejor la gente más joven debe de estar más enterada de ese tipo de situaciones yo ya soy de la....no de la vieja ola pero tampoco estoy tan actualizado en ese sentido. Cuál es la diferencia y te lo vuelvo a poner en el sentido como la convención esa que querían hacer, nadie les dijo que sí, a excepción de yo, pero no sé qué pasó ok, si lo pusiéramos en el sentido al revés entonces también tuviéramos una plática de oye y cómo vas a tratar al heterosexual yo creo que no, como negocio como empresa, nosotros recibimos a quien venga, a quien requiera los servicios de nosotros por ejemplo tenemos el hotel tenemos la tienda tenemos el bar si llegan 200 gays mañana y me dicen queremos tu hotel, pásenle; si traen con que pagarlo pásenle ok y si vienen 200 heterosexuales y me dicen lo mismo, sabes que queremos tu hotel mañana también les diré pásenle; a mí en ese sentido no me causan mayores problemas.

LAURA:- y por ejemplo tú, tu pondrías ya ves el arcoíris, ya ves que el arcoíris es el distintivo de las personas....más bien, cuando la empresa es "gay friendly" que es amistosa ponen sus banderas ¿no? ¿Tú crees que el empresario del sector turismo estaría dispuesto a poner banderas como gay friendly?

ROBERTO:- mmm no creo...no porque aquí si te fijas, a los lugares que has ido no es necesario poner una bandera para recibir a una persona, ¿no? es como si yo pusiera una bandera para recibir a los de Estados Unidos, a los de Europa, o a los de Canadá. Entonces no es necesario poner distinciones porque ya en ese momento ya como que te van a categorizar en cierta....

LAURA:- o sea... ¿tú no la pondrías en tu café?...tu no la pondrías no por el hecho de que va a decir la gente, sino no la pusieras para no categorizar, para no hacer....

ROBERTO:- aparte el que llegue ahí es bienvenido. No tengo que poner un anuncio que diga "tú eres bienvenido aquí!" La manera en como tratas a las personas es como se sienten aquí.

LAURA: ¿Has visto, a lo mejor te ha tocado ver hoteles que tengan la bandera de arcoíris no aquí pero a lo mejor en alguna otra parte, tú qué piensas si el hotel peñasco del sol optara por poner banderas de gay friendly?

ROSARIO: Yo pienso que no es necesario porque como te digo nosotros damos un servicio que es hospedaje no tiene nada que ver con las preferencias sexuales ni tu actividad que realices en tu profesión, estamos abiertos a todo el público incluso somos pets friendly recibimos las mascotas, permitimos el acceso a mascotas, no creo que sea algo que se necesite hacer como con las mascotas, porque mascotas no se permiten en todos los hoteles y gays yo creo que si se aceptan en todos los hoteles no hay una

política que los restrinja para nosotros poder decir bienvenidos a peñasco del sol porque está de más.

¿Tú crees por ejemplo, que el bar “la salsa” estuviera dispuesto a poner esa bandera? ¿Ese símbolo? O...

ARTURO: Mira, es algo que realmente; es una pregunta que me, me deja en tres y dos. Número uno: pues no es mí, no es mi restaurante simplemente; pues soy gerente de aquí. Pero yo digo que en ese tipo de acciones, ya estaríamos hablando de, de por decir así, poner un letrero junto con eso “Di no al racismo” y algo previo no muy señalado que, que la gente diga “ahí va puro este, persona de, de diferente género” ¿no?

LAURA: ¿Ustedes estarían dispuestos aquí en el tapeo, aquí en playa bonita poner una bandera que simbolice que son amistosos y receptores del turismo LGBTTTTI?

CLAUDIA: abiertamente, yo creo que no hay necesidad, porque ya los clientes conoces y ya saben, por ejemplo en el caso de aquí que te ha dicho JENNY, han venido y vienen otra vez y es por la forma que uno los trata, si no regresaran es que vieron algo mal, pero siguen viniendo, igual y ellos son muy comunicativos y te dicen cómo te fue como te trataron, si hubiera habido alguna queja o ven algo mal, luego, luego lo ponen en el facebook, en la página de LAOS o vienen y te lo dicen, pero no hemos tenido ese tipo de quejas ¿no?[...] igual en el tapeo, en el tapeo tengo cantidad, cantidad de clientes, entonces no hay, no hay una necesidad de estar como, como estaban, poner la insignia nazi ahí o también poner los “no colors”, del tiempo aquel de california que no querían a los negros en los bares en los restaurants, y digo porque tienes que hacer una, para que tienes que marcarlo así.

LAURA: ¿Tú pondrías la bandera aquí afuera, que represente a la comunidad LGBTTTTI?

MARLA:- ¿yo? Claro que sí, o sea, cómo te explico. Yo pienso que el servicio que nosotros pretendemos dar es abierto hacia todos, tanto a personas muuuyyyy adultas, bueno a niños no, les sacamos la vuelta porque hacen mucho desorden (risas) pero haz de cuenta que las personas que vengan y te dejen algo y que tú les puedas servir a cambio, yo pienso que no tenemos por qué hacer distinciones pues.

LAURA:- ¿has visto las banderas que ponen en los lugares cuando son gay friendly?

FRANCIS- like the rainbow? Yeah...¿del arcoiris?

LAURA:- yes,

FRANCIS- aah yeah, si me he fijado de esto.

LAURA:- si se apertura el turismo LGBTTTTI en Sonora y se empezara a traer personas de orientación sexual homosexual, ¿tu pusieras afuera una bandera? ¿Tendría inconveniente en utilizar los símbolos de las personas gay?

FRANCIS- si, no, pero you know casi no tenemos así mucho pero, no que...I mean, aquí aceptamos a todos

LAURA: ajá, y es que las banderas de arcoíris es como símbolo de que en ese lugar reciben al gay, o sea que lo atienden y que es bien recibido, que es respetado ¿no? Entonces normalmente las empresas o los negocios que están abriéndose hacia el turismo gay ponen esas banderas, por ejemplo en dado caso que viniera alguna nueva regla de la secretaría de turismo saben que puerto peñasco va a ser gay friendly así como Vallarta, como Cancún como el DF, ¿estás dispuesta a poner una bandera de arcoíris aquí? ¿Ustedes que dirían?

EVELYN: yo que ¡sí!

LAURA: tú que sí, y ¿tú?

BEATRIZ: yo también o sea.

Encontramos solo una expresión que nos hacen pensar que la limitante de poner símbolos que identifique al establecimiento o al entrevistado como “amigable” con las personas de la comunidad LGBTTTI, se debe a un discurso homofóbico que impacta en la atención al cliente disidente de sexo y género. Un símbolo, en este caso la bandera de arcoíris es más que la representación de un establecimiento turístico preocupado por las necesidades de los clientes LGBTTTI, es un establecimiento que cuenta con toda una red de soporte que garantiza el máximo confort y seguridad durante la utilización del servicio.

LAURA: ¿te ha tocado ver negocios o saber de negocios que ponen la bandera de arcoíris, que simboliza la aceptación al gay por ejemplo?.

FRANCISCO: no.

LAURA: que ponen una bandera de arcoiris.

FRANCISCO: bueno de los bares que han abierto aquí, han abierto uno o dos, serán tres o dos en los últimos seis años o siete años y si tenían los colores.

FRANCISCO: (usarías símbolos gays) si, yo como te digo no tengo ningún problema, simplemente que estuviera la bandera, porque una cosa es tener la bandera que diga nada, a ponerle gay friendly.

LAURA: aja

FRANCISCO: o sea amigable.

LAURA: pero por ejemplo esa bandera representa que los hombres gay se podrán besar y ser libres al expresar sus afectos.

FRANCISCO: ah no pues ahí ya no.

LAURA: ¿ahí no?

FRANCISCO: ahí no porque no sería un bar gay

LAURA: ajá

FRANCISCO: no

LAURA: si pues que sería, haz de cuenta...

FRANCISCO: o sea, de que puedan venir y pasársela agusto aquí bien, no hay ningún problema, pero que vengan ya a hacer otras cosas que no se deben de hacer pues no.

4.5.3. Sonora, Listo para Promover el Turismo LGBTTTI

A pesar de que algunos prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora conocen la importancia del turismo LGBTTTI, la promoción a nivel regional es casi nula. A los entrevistados se les preguntó: ¿crees tú que la industria turística aquí en sonora esté lista para atender al cliente LGBTTTI? Las opiniones fueron muy compartidas aproximadamente la mitad de mis entrevistados señala que Sonora es un estado que no está preparado para la apertura del turismo LGBTTTI. La principal razón es que consideran que la sociedad “es muy católica” y por tanto primero se requiere un cambio cultural. Otro de los entrevistados manifestó que existe gente homofóbica y que es necesario que la industria hotelera emplee personas de “mente abierta” para poder promover el turismo LGBTTTI. Hay quien manifiesta conocer si la industria del turismo en sonora esté preparada para aperturarse a la modalidad del turismo LGBTTTI pero sí reconoce que la industria del turismo debe de sensibilizarse para dar servicio a una realidad latente.

LAURA: ¿Tú crees que aquí la industria del turismo...en sonora...vamos a hablar de Álamos específicamente, este preparada para recibir a grupos de turistas gay?

FRANCIS- well, yo pienso que en general sí, porque you know negocio es negocio para el mundo de turismo, puede ser que salgan comentarios como si vienen un grupo de japoneses "mira todos los japoneses! Mira! Mira su piel! Mira hay un camión de gays!!" puede ser que haiga un tipo de comentario, pero en general yo digo que si hubiera un flujo de turismo de este tipo, yo pienso que estaría bien"

FRANCIS- you know, de haber viajado en muchas partes de México y aparte del mundo pero yo siento que en porque al final de cuentas todos vamos a salir beneficiados...

LAURA:- si

FRANCIS- entonces lo que sonora en muchos sentidos, estamos un poco atrasaditos.

LAURA:- ¿y en esa apertura social tú crees que estamos atrasaditos?

FRANCIS- si, es una parte de también yo trabajo en proyectos de conservación y proyectos del medio ambiente y la gente está como "y

porque no ponen ganado, y porque no hacen algo con la tierra?" y no es conservación y la gente no entiende que estamos haciendo allá en la reserva que tenemos, es para el beneficio de todos, no solo es para mí beneficio, entonces pero la gente aquí, está muy lento el proceso de convencerlos y esto de los homosexuales, también es un cambio cultural en general y también porque es muy católico, hay aquí este tipo de cosas..

LAURA: ¿crees tú que la industria turística aquí en sonora esté lista para atender al cliente homosexual, que esté capacitada?

LEYLA—creo que no.-

LAURA: ¿por qué?

LEYLA: a lo mejor porque hay mucha gente que es homofóbica, a lo mejor y se espantan y no quieren atenderlos por x o por y razón, entonces yo pienso que el hotel, o sea en la hotelería si tiene que ser la gente que trabaja ahí, tiene que ser más abierta de mente porque si llega muchísima la gente de todos los tipos, sabores y colores.

LAURA: tú crees que aquí en Hermosillo, en sonora, esté preparada la cuestión turística para recibir a gente gay?

CECILIA: mm no creo.

LAURA: no crees, ¿por qué no?

CECILIA: porque, como que todavía se cuidan mucho del que dirán, como que se cuidan mucho de que si acepto a este grupo aquí o sea como que dicen, se va a quemar, o va a perder clientela.

LAURA: crees que el estado de sonora en el sector turismo, este preparado para la apertura del cliente lgbt?

MARÍA LUISA: hijola, pues no sé si estemos preparados lo que si es que lo vivimos a diario, o sea, eee creo que ahorita ya hay más gente valiente que se atreve a sacar su sexualidad yyyyy obviamente ha influido...últimamente yo he visto más gays...aquí yo tengo cuatro años y cuando yo recién entre no veía tanto gay a como estoy viendo ahorita. No sé si estamos preparados pero creo que deberíamos a empezar a hacer algo.

LAURA: ¿en qué forma crees que deberíamos estar preparados? ¿Qué crees que es lo que se debe de sensibilizar o conocer para estar preparados?

MARÍA LUISA: evitar comentarios, verlos como una persona heterosexual como una persona normal, evitar ese morbo curiosidad. Yo creo que es lo único porque fuera de ahí, digo a mí no me ha tocado presenciar en ningún hotel y me atrevería a decir que en nuestro giro no debería de existir discriminación o comentarios, porque a final de cuenta somos una empresa de servicios y deberíamos estar abiertos a todo. Yo creo que nada más sensibilizarlos a que son personas.

Otra serie de entrevistados refiere que Sonora si está listo para recibir a clientes disidentes del sistema sexo-género. Alguno de los entrevistados solo responde

afirmativamente a nuestro cuestionamiento, otro señala que Sonora si está “listo” para recibir a turistas LGBTTTI, porque siempre los reciben. Otros señalan que independientemente si la industria del turismo esté preparada para atender al cliente LGBTTTI, ellos son clientes y se les debe otorgar el servicio.

LAURA:- eh... ¿tú crees que el turismo aquí en sonora específicamente en álamos, este preparado para recibir a clientes gay?

ROBERTO:- si porque siempre los reciben...de todas partes vienen.

LAURA:- eh. ¿Conoces aquí ciertas empresas que tienen antipatía para recibir a personas gay?

ROBERTO:- no

Tú crees que aquí la industria hotelera, restaurantera y de bares de turismo esté capacitado para recibir al turismo gay?

CLAUDIA: sí.

LAURA: aja, ¿tú crees que aquí el turismo en puerto peñasco esté abierta a esta modalidad del turismo, has escuchado de turismo gay?

PEDRO: según yo aquí, cada año vienen y rentan y hacen su fiesta gay en el peñasco del sol, no sé si todavía lo hagan pero según yo escuché que una vez al año venía un grupo grande de gays y hacían sus fiestas ahí en el hotel, rentaban particularmente para ese grupo de personas.

LAURA: ¿tú crees que el prestador de servicio de aquí de peñasco esté preparado para recibir clientes lgbt?

MARIO: en hoteles, restaurantes, si ¿porque no?

LAURA:- ¿tú crees que aquí en puerto peñasco, en general, este capacitado para que vengan por ejemplo grupos de turistas gay y que se les atiendan bien, que no se les hagan malas caras, que no se les rechacen, que no se les niegue algún servicio, tú crees que está capacitado el sector turismo de puerto peñasco?

FEDERICO: pues yo creo que sí, varios lugares hay grupos clubs, yo digo que si conectan con ellos, ya sería...

LAURA: crees que aquí en sonora, ahorita me decías que había muchos lugares te fuiste a lugares internacionales y a lugares nacionales, crees que aquí en el estado, en sonora, exista apertura para el turismo lgbt?

JAVIER: mira, en puerto peñasco, que es lo que más conozco en turismo, hay una apertura muy grande para esto, hay lugares especializados y no nada más lugares especializados, hay lugares donde ya saben que ese tipo de gente son muuuuy buenos consumidores, tú sabes que si llega un grupo de 5 ó 6 gays juntos, dios de mi vida, se arma una farra pero riquísima, entonces el, no nada más los promotores en cuanto esto, por ejemplo un mesero, un bartender, un gerente de un desarrollo o de cualquiera cuando los ve, aquí hay cliente, atiéndalos bien, quiero que vuelvan, quiero que

me traigan más gente, porque ellos cuando se vayan van a recomendar ese lugar.

LAURA: fíjate y hablando de sonora, ¿cuál es tu opinión del turismo homosexual en sonora? O sea, aquí en sonora, crees se pueda dar, que haya cultura para el turismo homosexual.

OSCAR: claro, sí, mira, es tan fácil como esto, por ejemplo [...] ellos no vienen de marte los homosexuales y ellos también tienen familia, eso, una persona que tiene un homosexual en su casa es parte de su familia, al momento de decir, ya es discriminación hacia ellos.

LAURA: tú me decías ahorita que en México todavía hay mucho machismo y es difícil, en Sonora, tu como la ves, ¿crees que sonora esté preparado para el turismo de homosexuales? Para recibir turista homosexual.

PACO: pues ahí son dos cosas ¿no? Una, la verdad no lo veo así, no, que esté muy abierto sonora todavía para eso no, y lo otro lo veo bueno porque es ingreso ¿no?, es trabajo, estaría bien, estaría bien.

LAURA: Tú crees que la industria del turismo, aquí en sonora, este capacitada para atender al cliente LGBTTTI?

WENDY: Yo creo que sí, porque nosotros nos dedicamos al servicio, no podemos hacer...o ponernos etiquetas, te voy a atender a ti o no te voy a atender, en general a todo porque a eso nos dedicamos. Para mí el turismo algo que debe poner atención es en dar buen servicio ya sea a las LGBTTTI o a los discapacitados este tipo de turismo es un tipo de turismo que sonora lo tiene muy descuidado no lo ha desarrollado. No está preparado para recibir a personas discapacitado, no falta más para ellos.

4.6. Presentación de los Clientes LGBTTTI (turistas y residentes)

PAUL, tiene aproximadamente 28 años, es residente de Álamos, Sonora y eventualmente ha sido turista en varios municipios del Estado de Sonora. Es una persona de la comunidad LGBTTTI; se identifica como hombre que le gustan los hombres. En su apariencia física no rompe esquemas de estereotipo de género, salvo por usar el cabello largo, el cual según lo que el comenta siempre lo trae peinado con una “cola de caballo”.

CRISTIAN, tiene 20 años de edad y participó en la entrevista junto con Paul. Él se identifica como hombre que le gustan los hombres. A diferencia de Paul él eventualmente rompe los esquemas de estereotipo de género, su apariencia física es más “femenina”, ceja depilada, un ligero color en los labios y me dio la impresión que tenía

un ligero relieve en sus senos; y además, realiza travestismo y ha participado en concursos de belleza.

Esta entrevista la gestionó mi informante clave. Me pareció genial poder lograr esta entrevista Paul es de la comunidad LGBTTI. Mi informante mencionó que Paul vivió con un hombre y ese hombre ahora vive con otra mujer, este hombre estaba casado dejó a la familia y se vino a vivir con Paul y ahora vive con otra mujer y que las personas del pueblo ya saben y pues la gente decía que “ellos sí”; sostiene, “en la alameda andaban como pareja pero yo nunca los vi, pero igual el pueblo comenta; es que no salgo yo es lo que me pierdo de la noche pero pues no te dejas de enterar.”- Las expresiones de afecto de personas homosexuales son visibles en la oscuridad de la noche-

Hablemos de esta entrevista. Acudí a la cita, fue en el lugar de trabajo de Paul, al entrar al lugar te topas con una mampara con varias de sus fotos -muy bonitas por cierto- al lado derecho se encuentra un mostrador que sirve para atender a los clientes y allí mismo está el acceso para el interior del estudio. En el primer cuarto, un espacio de 3 X 2 metros estaba un escritorio, con una computadora (de escritorio) y tres sillas de plástico. En el segundo cuarto (al cual no ingresé), pude observar el equipo fotográfico y las lámparas.

Llegué puntual a la cita, él no estaba en su estudio, espere largo tiempo afuera del lugar, aproximadamente media hora a que llegara; un vecino del lugar me preguntó a quien esperaba le comenté que a Paul y amablemente le llamó por teléfono para decirle que lo estaba esperando.

Una vez que llegó a la cita, nos presentamos y realizados los protocolos de presentación, iniciamos la entrevista. Estuvimos acompañados por otra persona que también es de la comunidad LGBTTTI, él se identifica como hombre, eventualmente rompe con los esquemas de estereotipo de género y realiza performance de travestismo.

La entrevista fue interrumpida, dos veces, la primera por una persona que fue a tomarse unas fotos infantiles y la segunda por una persona que fue a recoger unas fotos.

El entrevistado hablaba demasiado rápido, de tal forma que rebasaba la posibilidad de organizar mis ideas. Esta situación afectó al ritmo de la entrevista, considerando que el estilo del entrevistado era muy intenso, es decir, hablaba, hablaba y

hablaba; se me dificultaba recuperar el punto, así como organizar mis ideas y las preguntas. Sin embargo la entrevista arrojó datos importantes.

El entrevistado señaló que las personas (de la comunidad LGBTTTTI) que son de “rancho”, las que tienen poco nivel educativo, son las que más reciben discriminación y que los que más discriminan son los que tienen en su cuerpo bebidas embriagantes, es decir, los que están borrachos.

Otro dato que pude dilucidar es que entre la misma comunidad LGBTTTTI no conocen o no diferencian los significados entre las etiquetas de las personas trans (transexual, transgénero, travesti).

En general la entrevista fue entre tres (los dos entrevistados y yo), me pareció que sus respuestas fueron genuinas y honestas.

Al término de la entrevista, Paul agradeció mi trabajo y dijo que si en mis manos estaba hacer algo, lo poco que fuera por los derechos de la comunidad LGBTTTTI que lo hiciera.

EDUARDO, él fue mi informante clave en Puerto Peñasco, Sonora. Eduardo es una persona que conocí en Hermosillo en una marcha del orgullo gay. Nuestro encuentro fue breve, sólo pude comentarle a grandes rasgos el trabajo que estaba realizando y así mismo, le dije que pronto iría hacer investigación de campo a Puerto Peñasco y muy amablemente se ofreció a ayudarme en lo que estuviera dentro de sus posibilidades para poder así facilitar mi trabajo.

Eduardo se asume hombre con orientación erótica y emocional hacia el hombre, en nuestra platica menciona que él ha hecho una manifestación bastante pública de su orientación sexual en la comunidad en general; me comentó que desde que las personas entran a su tienda pueden ver logos distintivos de respeto hacia la diversidad sexual, como calcomanías que señalan “di no a la homofobia”, entre otras.

A las 11:00 AM llegué a su oficina; la cual está al interior de una tienda que comercializa con arte y artículos decorativos, enfocado al diseño de interiores de hogares, oficinas, etc. Es una tienda grande, decorada con los mismos artículos que ofertan, me da la impresión que el costo de los artículos es elevado por la calidad, buen gusto y elegancia que los distingue.

En la tienda se encontraban la mamá y la hija de Eduardo, la señora una persona de aproximadamente 50 años y la hija no más de 25 me percaté que la familia conoce y acepta la orientación sexual de Eduardo.

Nuestra charla fluyó sin problema, aún con la presencia de su familia, si bien es cierto no estaban a nuestro lado, mantenían una distancia en la que podían escuchar nuestra conversación. Sin embargo, eso no fue un mayor problema para que pudiera discurrir nuestro diálogo.

Le comenté con más detalle del trabajo de investigación que estaba realizando, objetivos, hipótesis etc. así como la metodología del mismo; coincidimos en que una de las formas que él podía ayudarme era en contactarme con prestadores de servicios turísticos de Puerto Peñasco y personas de la comunidad LGBTTTI, así que empezamos a ¡armar la agenda!. Mientras trabajábamos en ello, información importante para la investigación emanaba de nuestra conversación; aún que nuestro encuentro no fue una entrevista, fue más bien fue una plática informal, por tanto solo transcribiré pequeños fragmentos que juzgo como información relevante porque proporcionó datos de contexto de la ciudad de Puerto Peñasco, de los servicios turísticos y la inclusión de la comunidad gay en los mismos.

GUILLERMO, es empresario de Puerto Peñasco, soltero; no le pregunté la edad pero cálculo que alrededor de 45 años. No pregunté por su nivel máximo de estudios pero por la charla que mantuvimos y la forma correcta de expresarse creo que debe de haber cursado nivel profesional o más.

La entrevista se me complicó muchísimo fueron “varios” sujetos en un mismo sujeto. Traté de hacer lo mejor que pude, ahora a analizar resultados para conocer la efectividad de la entrevista. Guillermo, es copropietario de 3 negocios, uno del ramo hotelero, otro del restaurantero y el de bienes raíces, así mismo, es presidente de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y Alimentos Condimentados, (CANIRAC). Esta entrevista es bien característica porque en una sola persona, entrevisto a 3 sujetos, el prestador de servicio, al representante de la CANIRAC y una persona de la comunidad LGBTTTI ya que él se identifica como hombre cuya atracción afectiva, erótica y emocional es hacia los hombres. Me voy a permitir y colocar a mi entrevistado dentro de una “categoría” para representar con él a una parte de la gran

diversidad sexual. Él es gay muy masculino, su apariencia física se apega a las expectativas de género impuestas por la sociedad, su tono de voz, su vestimenta, su cuerpo representan a la masculinidad hegemónica de nuestra sociedad.

JESSY, tiene 17 años. Ella es lesbiana rompe ligeramente con los estereotipos de género ya que su apariencia es andrógina. Se identifica como mujer que le gustan las mujeres.

Definitivamente esta fue una de las entrevistas más difíciles que he realizado. La cita fue en el café Limani, un lugar que ofrece cafés, panninis y repostería fina; estilo Lounge en el decorado, música instrumental como ambientación. Un lugar serio a la vez tranquilo, esa tranquilidad me inquieta no hay ruido en el lugar, sólo dos clientes y la persona que atendía el lugar, dadas las condiciones ambientales y de espacio del lugar (7 X 5 mts²) podía escuchar todo lo que hablaban los clientes de la parte extrema a mi lugar. Esa situación me inquietaba, ya que pronto llegaría mi entrevistada y la entrevista no se podría llevar a cabo en un lugar en el que otras personas puedan escuchar lo que Jessy me iba a platicar, hablaría de su sexualidad y de experiencias concretas como usuaria de servicios turísticos.

Una vez que Jessy llegó al lugar, después de saludarla y presentarnos le pregunté que si quedarnos ahí le parecía bien y me dijo: “mmmmm”, fue ahí cuando le propuse salir a las mesas que estaban en la parte de afuera del lugar y aceptó de inmediato.

Considero que esta fue de las entrevistas más torpes que he tenido, muy tendenciosa, en algunos momentos trate de incidir en sus respuestas, la entrevistada me respondía lo que yo quería escuchar. Tuve problemas al preguntarle abiertamente aspectos referentes a como vivía su sexualidad, creo que su edad influyo mucho en mi sentido de los límites. Y no por cuidar las formas sino pensé hasta en repercusiones legales, ¡ay no se.....algo raro me paso aquí!. Sin embargo, hay como dos puntos rescatables que pudieron servir para la investigación.

Los tópicos que emanaron de esta entrevista y no estaban en la guía de entrevista semi estructurada fueron: La discriminación por las mismas personas de la comunidad LGBTTTI, la discriminación depende de la edad de las personas, las acciones de discriminación de los prestadores de servicios sólo son percepciones del cliente.

JESUS: tiene aproximadamente 30 años, él se identifica como hombre que le gustan los hombres. Su oficio es estilista en Puerto Peñasco y en general no rompe con los

estereotipos de género asignados al hombre, es decir su apariencia y comportamiento es masculino.

FRANCIS: es un personaje reconocido dentro de la comunidad de Puerto Peñasco, es transgénero tiene 60 años y es estilista. A ella llegué por recomendación de una prima mía que es de Tucson. Acudí a ella el día lunes 21 para solicitar una cita, por la disponibilidad de su agenda quedó programada, para hoy 23 de julio del 2014 a las 16:00 horas.

Como es costumbre, y además lo correcto llegué puntal 4:00 pm y ella llegó al mismo momento que yo. De inmediato me analizó de pies a cabeza deteniéndose escrupulosamente en mi cabellera y me preguntó: ¿qué te vas hacer? Yo creyendo que ella estaba algo confundida le dije. Francis soy Laura Woolfolk, el lunes vine contigo para solicitarte una entrevista para la investigación de un proyecto doctoral, - si ya sé-me contestó, y continuo – pero no te vas hacer nada en tu cabello, quítate esa cola postiza que te acorrienta y pareces del lesbian's show y arregla tu cabello...un poco confusa le dije: ok, qué me sugieres y cuánto me cobras, una vez hecho el trato entre cliente y estilista procedimos, ella a decolorar mi cabello y yo a iniciar la entrevista. (Creo que esto es un gaje del oficio)

Antes de iniciar con la entrevista haré una descripción de lugar que principalmente estaba decorado con varias fotos de ella de cuando fue reina de orgullo gay en Puerto Peñasco – realmente luce espectacular – en una de las fotografías lucía un vestuario y accesorios con un glamur, indescriptible... un vestido que simulaba el plumaje de un pavorreal con un cuerpo que ya lo quisiera yo jijiji.

El lugar no era muy elegante, estaba acondicionado para personas de nivel medio, medio bajo, aunque la verdad cobraba muy bien pregúntenme a mí que la “entrevista” me costó 750 pesos. La apariencia de ella era algo común -desde mi perspectiva- portaba un shorts corto de mezclilla, más bien un pantalón hecho shorts y por los lados del shorts unos listones amarillo tipo jaretas, que combinaban con su blusa manga corta de corte femenino color amarillo. Su físico era bastante masculina, aunque ella buscaba lucir como mujer sus rasgos físicos eran característicos a la hegemonía de la masculinidad.

En resumen, el tiempo que compartí con ella me pareció increíble, fue una buena charla, llena de experiencias e inquietudes que me revelaron como el campo sexual por lo menos en Puerto Peñasco se ha ido modificando a través de los años. Las instituciones de control ejercen menos presión a las personas LGBTTTTI para gozar su sexualidad como mejor les convenga.

RUBEN Y ALEX. Ambos son residentes de Guaymas. Rubén tiene 44 años, se identifica como hombre que le gustan los hombres y su apariencia física es masculina. Estudió hasta la licenciatura y es pareja de ALEX, Alex tiene 29 años también se identifica como hombre que le gustan los hombres y al igual que Rubén se ajusta a los estereotipos de género asignados al varón.

Particularmente fue una entrevista muy difícil, y ahora explico porque: eran poco más de las tres de la tarde y decidí ir a bañarme un rato en el mar. Estaba saboreando las olas y el cálido clima de San Carlos, cuando de repente, siento que mi diente frontal derecho se mueve (el diente es una carilla de porcelana), se movió con tanta intensidad y era porque se había caído y totalmente con todo y pedazo de diente que sujetaba la carilla, no lo podía creer en ese momento me había quedado sin diente. Una serie de sentimientos invadieron mi ser, primero miedo de que se me cayera el diente al mar y no pudiera colocarlo provisionalmente, después me impacto pensar en el gasto que se me avecinaba al reponer ese diente, y tercero... ¿Cómooooo??? Cómo me iba a presentar con mis entrevistados sin mi pieza dental frontal; mi ánimo decayó enormemente, con justa razón, mi vanidad, mi bolsillo y mi seguridad como entrevistadora se esfumaron como una nube empujada por fuertes ráfagas de viento.

Era el momento de tomar decisiones, ¿qué hacer? creo que en este momento mi mejor aliado es la “cola loca” así que a buscar donde comprarla...fuera de lamentaciones y sufrimientos... si estoy cansada, creo que es normal, he vivido muchas experiencias en un corto tiempo, me refiero al trabajo de campo que he desarrollado y a las interminables horas de camino en carretera...pero esto debe de continuar para poder concluir y concluir bien así que ...¿a buscar cola loca? Listo, el diente ha quedado pegado y muy bien ajajajajjj ahora a esperar mi cita.

Rubén y su novio llegaron puntual a la cita; la entrevista se llevó en el hotel Paradiso, estábamos sentados en una de las mesas del restaurante, un espacio semi

abierto de aproximadamente 20 mesas, solamente había dos mesas ocupadas aparte de la de nosotros. Una vez concluido el reconocimiento y los protocolos de presentación procedimos a dar inicio a la entrevista.

El ambiente de la entrevista fue muy cómodo, las condiciones de lugar fueron adecuadas y favorecedoras para la entrevista. La entrevista nunca fue interrumpida, se logró un buen trabajo, pese a mi estado anímico y mis condiciones dentales, se logró un buen trabajo. Se lograron hacer todas las preguntas de la entrevista semiestructurada y se obtuvieron datos significativos para la investigación; un dato no contemplado y que surgió durante la entrevista es que la educación, más bien las edades de las personas son claves para determinar el nivel de homofobia de la sociedad; entre más jóvenes las personas son menos homofóbicas.

VICTORIA, es una mujer transexual de aproximadamente 50 años. Ella es residente del DF y al momento de la entrevista estaba de visita en la ciudad de Hermosillo, Sonora.

NAT Y JOHANNA, son una pareja de lesbianas, que formalizaron su relación en el estado de California en Estados Unidos en Junio del 2013. Ambas se identifican como mujeres, aunque Nat es más andrógina (lesbiana masculino) Johanna es más femenina (lesbiana femenina). Es muy importante destacar que Nat, es mi hermana y de inicio mi razón principal para realizar esta investigación fue mi hermana y su historia de vida.

En la entrevista también participó mi madre, madre de Natalia (Nat). Nat tiene 28 años y Johana 29. Fue una entrevista algo incomoda porque se mezclaron una serie de elementos, para que esta no fuera la mejor de las entrevistas. De inicio mi hermana ese día se iba a vivir a otro estado, se marchaba a vivir a California con Johanna. Era la primera vez que yo tenía una convivencia física y verbal con Johanna y para concluir no contaba con guión previo para realizar esta entrevista.

A pesar de los inconvenientes, fue una entrevista de la cual quiero rescatar algunos datos, en lo personal es muy importante que las opiniones de mi hermana y de la persona ama aparezcan en algún momento en esta investigación. Este trabajo lo inicié por una experiencia negativa que mi hermana experimentó como cliente LGBTTTI.

MARÍA. Ella es mujer que en algunas ocasiones se identifica como mujer y en otras como hombre, dependiendo de su sentir es su actuar, en cuanto a estereotipo de género

se refiere. María tiene entre 25 y 30 años, entre otras cosas es activista por los derechos de la comunidad LGBTTTI.

Durante la entrevista, todo transcurrió de manera fluida, no se presentaron contratiempos, me sentía algo nerviosa pero no me restó seguridad para realizar lo que estaba haciendo. Mi llegada a la entrevista fue puntual, esperé alrededor de 15 minutos a que llegara la entrevistada. En la recepción me atendieron dos personas que se portaron de manera muy amable y me indicaron donde esperar. Cuando llegó MARÍA, pasamos a una sala grande, que más que su oficina particular parecía una sala de juntas, cabe destacar que las oficinas eran las del partido político PRD (Partido de la Revolución Democrática). El ambiente de la entrevista fue adecuado, no hubo interrupciones que afectaran el curso de la misma. El ritmo de la entrevista fue adecuado, se logró abarcar la totalidad de las preguntas establecidas en la guía de entrevista semiestructuradas, y otras más que salieron en el curso de la misma.

MANOLO, él es gay, residente del DF y visitante de esta localidad de Hermosillo Sonora.

CANDY, es transgénero de Hermosillo, Sonora.

En general, una de aspiraciones de los clientes LGBTTTI es que no quieren sentirse aceptados o “tolerados” sino simplemente iguales. Sueñan con la palabra mágica “normalización”. El mercado LGBTTI no requieren servicios diferenciados al de un heterosexual pero si requieren de aquellos productos y/ o servicios que se dirigen a satisfacer las demandas de este segmento.

Las demandas o aspiraciones de la población LGBTTTI que hace turismo en Sonora, consideran que la meta no es ser aceptados en la medida de que se parezcan a los heterosexuales sino ser respetados en sus diferencias. Algunos de los comentarios de las experiencias concretas de los clientes LGBTTTI (turistas y residentes) son:

NAT: “Es algo importante para nuestra gente, el sentirnos aceptados tal y como somos, creo que cuando un negocio/lugar turístico es abierto en la forma de pensar, y acepta a la gente sin importar las creencias, ellos pueden obtener mucho más negocio ya que uno no la pensaría en regresar una segunda o tercera vez al mismo lugar”.

No, no quiero ningún trato especial, simplemente respeto, amabilidad y que como cualquier otro cliente, que me hagan sentir bienvenida a su empresa

MARIA: “un turista LGBT, realmente no debiera de tener muchas diferencias al turista heterosexual, eeh, pero si los tiene, porque? Porque

muchas veces nuestras identidades, nuestras formas de expresar, el afecto que tenemos hacia nuestra pareja, no es muy distinta a la de los heterosexuales, abrazos, besos, caricias, tomados de la mano, pero eso trasgrede a las normas que la sociedad ha impuesto, de que nada más existe hombre y mujer y solo así se va a perpetuar la especie, entonces no, entonces si es algo que trasgrede todo este sistema heterosexista, pero, entonces un turista LGBT necesita solamente inclusión, aceptación, no discriminación y ser tratado como cualquier otra persona”.

Una sociedad ideal para ellos es que se respeten sus derechos como Seres humanos y que ello represente por lo mínimo la posibilidad de visitar lugares incluyentes en las que no se limiten en sus expresiones afectivas ni sean discriminados por el reconocimiento social del derecho de disponer de sus cuerpo sus emociones y sus sentimientos. Al momento de preguntar a los clientes si ellos expresan sus afectos en público expresan:

PAUL: “yo guardo la compostura porque yo digo ayyy noooo!!! Esto no está bien para mí que me vean así esto si, por mi trabajo, por mi persona”.

ALEX: “No tanto así limitar, por ejemplo igual vamos al super, a veces: amor esto, amor lo otro; ¿Por qué? porque estamos en un lugar público y para mí es, como si estuviera en la casa, pero tanto así de que agarrarnos de la mano o algo así no, principalmente por respeto hacia los demás y que nos respeten a nosotros”.

ANTONIO: “Nos cuidamos pero no nos causa conflicto es, es como... Como una decisión personal para estar bien”

“no privar pero eso es algo que ya lo toma uno natural de no hacerlo por respeto a otras personas, por las creencias”

Aún con la existencia discurso de la no discriminación del prestador de servicio, el discurso heteronormativo del sentido de los límites, ha implicado que el prestador de servicios no sea capaz de construir espacios amigables para la comunidad LGBTTTI, espacios en donde el cliente LGBTTTI tengan su respiro de libertad en donde no tengan que auto limitarse por sentirse en espacios heteronormativos, y cuando hablo de limitarse no me refiero a que escondan o invisibilicen su sexualidad, pero sí que buscan no pasar los límites de la norma social, en este caso la heteronormatividad.

CAPÍTULO V - CONCLUSIONES Y REFLEXIONES FINALES

El turismo se ha identificado como una de las ramas económicas con mayor dinamismo del mercado mundial, asociado a la modernidad e impulsado por el modelo económico capitalista (Fonseca, 2009). La extensión del trabajo asalariado y la expansión del capital han operado una profunda transformación de las estructuras, además en las ideologías de la vida familiar, en funciones de la familia nuclear y en las relaciones heterosexuales.

La familia cobró un nuevo significado como unidad afectiva, se convirtió en una institución que no proveía bienes, sino satisfacción emocional y felicidad. Son estas transformaciones en la familia las que crearon las condiciones necesarias para hacer posible la emergencia de una identidad sexual distintiva (D' Emilio, 2006). En esta época, el sexo estaba encadenado a la procreación, se condenaba la expresión sexual fuera del lazo matrimonial; ideológicamente, la expresión heterosexual llegó a ser el medio de establecer la intimidad, promover la felicidad, y experimentar el placer. Sin embargo, al despojar al hogar de su independencia económica el capitalismo creó las condiciones que permitirían a algunos hombres y mujeres, replantear su existencia sexual y organizar su vida personal en torno a su atracción erótico- emocional hacia personas del mismo sexo, deviniendo el surgimiento de identidades personales basadas en la capacidad de permanecer fuera de la familia heterosexual y de construir una vida personal basada en la atracción hacia el propio sexo.

Es precisamente en la confluencia de modernidad y capitalismo donde se entrelaza el turismo y la noción de la identidad gay. En los nuevos escenarios del capitalismo, que presentaba el reconocimiento de nuevas identidades sexuales.

El inicio del turismo en masas, ocasionado por la revolución industrial, además de la consolidación del capitalismo, que debe entenderse como una entidad histórica (no en un

sentido que hace referencia a los métodos de producción, sino como un sistema que originó que se transitara de la producción en serie al consumo masivo de la preocupación por satisfacer necesidades), las entidades económicas se transformaron en empresas que segmentan el mercado, identificando así comportamientos muy marcados y diferentes entre los diversos nichos de mercados. A través de los discursos hegemónicos producidos por las estructuras sociales y reproducidos en los sujetos provocando relaciones de poder y distinción social, tenemos los diferentes nichos de mercado en donde se encuentran las nuevas identidades sexuales como la homosexual y la ya reconocida y aceptada socialmente la heterosexual, ambas circunscritas en una sociedad regulada por relaciones de poder.

La oferta de la industria turística está delimitada por el perfil de los turistas a los cuales van dirigidas, por lo que ha implicado cambios en la actividad turística, dando lugar a la surgimiento de nuevas tendencias o modalidades del turismo que se adaptan mejor a las características del viajante. El turismo LGBTTTI es una modalidad del turismo que surge para satisfacer las demandas de un mercado específico y cuya importancia económica genera movilidad no sólo financiera, sino también social para el desarrollo de cualquier región.

El turismo LGBTTTI se revela como un atractivo segmento de mercado, con potencial, accesible, concentrado y que justifica la inversión; por ello es importante ser atendido y respetado por el prestador del servicio turístico. Si las empresas quieren construir fuertes relaciones con los clientes disidentes de sexo y género el primer paso es respetar su sexualidad y el segundo es ser solidarios; por lo que tienen la obligación de reconocer el vínculo entre la aceptación social de la diversidad sexual, las políticas públicas y los efectos de éstas en su negocio.

En la génesis de un mercado de consumo fragmentado, entre los que se encuentra el turismo de disidentes de sexo y género, es importante definir lo siguiente: ¿El prestador de servicios está preparado para ofrecer servicios de calidad dirigidos a este segmento de mercado? ¿Existen protocolos institucionales de las áreas operativas para ofertar un servicio de calidad sin prejuicio ni discriminación? ¿Existe una ideología empresarial heterosexual? ¿Se relaciona con la disposición de ofertas turísticas para la comunidad LGBTTTI ?

Las respuestas a las anteriores preguntas se clarificaron al desarrollar los objetivos de nuestra investigación, los cuales desde una perspectiva socio-antropológica, permitieron tener una visión completa de los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora y comprobar nuestra hipótesis la cual sustenta que: “los significados sobre sexualidad y género de los prestadores de servicios del sector turismo del estado de Sonora, reproducen los discursos hegemónicos del campo sexual, esto es la heteronormatividad, de tal manera que regula las lógicas de atención al cliente obstaculizando la oferta de un servicio sin discriminación para la atención a clientes disidentes de sexo y género”

Una vez que realizamos las estrategias metodológicas planteadas para esta investigación, damos cuenta de los resultados del objetivo general, la influencia que tiene el discurso hegemónico del campo sexual en los significados sobre sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora, en la atención al cliente disidente del sistema sexo - género.

Antes mostrar las conclusiones de nuestro objetivo general nos parece importante retomar nuestra comprensión de campo sexual. Siguiendo a Bourdieu que está citado por Núñez en *Sexo entre Varones Poder y resistencia en el Campo Sexual* (Núñez, 2015) entendemos como campo sexual, un campo de fuerzas en una lucha a nivel de representación de la existencia sexual de las personas, es decir, una lucha a nivel de valoraciones y concepciones que se comparten de la realidad y dan pauta a las formas de actuar de los individuos al hacer juicios de valor. En este campo de fuerzas se pueden distinguir posiciones dominantes y dominadas. Existe estructuras sociales o instituciones como la iglesia, la medicina, el Estado entre otras, que mediante su discurso ejercen dominio sobre las acciones de las personas de igual forma existen personas que se oponen a esas valoraciones y concepciones de las instituciones dominantes y pugnan las formas que los discursos hegemónicos sistematizan las formas de representar las sexualidades buscando nuevas y o diferentes formas de representación.

Según Guillermo Núñez (1999), en el campo sexual de Hermosillo se presenta una ortodoxia (conjunto de discursos hegemónicos) de tintes médicos –religiosos a la cual se oponen algunos otros discursos (herejes), el más importante de ellos es el consumista, discurso ligado a las empresas promotoras de consumo de bienes y servicios

que acepta y promueve el deseo el placer y el cuerpo erótico; estas representaciones son consideradas hegemónicas porque se instituyen en la fuente principal de la construcción de subjetividades y con ello las relaciones de poder entre los sujetos. No obstante, en los últimos años se han modificado las representaciones sociales de la sexualidad. Se reconoce que el discurso hereje se ha fortalecido, ese discurso heterodoxo que pone en duda el carácter natural y divino de la ortodoxia introduciendo nuevas representaciones y límites en el campo sexual. Sin lugar a dudas en el transcurrir de los años la disidencia sexo-genérica ha ganado batallas culturales, sociales, políticas y jurídicas al heterosexismo, lo que ha ocasionado un proceso de producción y reproducción social que provoca condiciones para la transformación de las estructuras debido al carácter reflexivo que permite a los sujetos cambiar y modificar el curso de la acción social. Núñez (2015)

En la actualidad vivimos en una sociedad de consumo, lo que provoca que ahora las identidades se construyan desde el mercado y no necesariamente desde las resistencias por lo que podemos aseverar que las resistencias son colonizadas por el mercado. Esta situación es aprovechada por empresarios de nuestra economía capitalistas para buscar segmentos de mercados y ofrecer productos y servicios que promueven la felicidad que lleva de forma implícita al placer y al erotismo.

Para el caso de Sonora encontramos dos vertientes en las prácticas de los prestadores de servicios turísticos, existe un discurso en donde se trate al turista LGBTTTI como un segmento identificado desde la mercadotecnia como suficientemente rentable y después como sujeto con derechos civiles; y otra la del prestador de servicios turísticos que no se ha adaptado a las realidades de la sociedad moderna y toma decisiones en búsqueda de igualdad de derechos para todos los usuarios de sus servicios, en donde sus lógicas de atención pasan por un “pensamiento heterosexual” de tal manera que regula las lógicas de atención históricamente formadas desde un sistema sexo-género, obstaculizando la oferta de un servicio sin discriminación para la atención a clientes disidentes de sexo y género.

No existe calidad sin el servicio, ni servicio sin calidad, ambas son dimensiones que siempre están presentes de manera articulada, para el beneficio y satisfacción de las necesidades demandadas por el ser humano. En donde calidad se materializará en la

entrega de productos y servicios para la satisfacción plena del cliente; y para satisfacer al cliente se deben producir bienes y servicios a los niveles compatibles con su plena satisfacción. Por lo tanto, lo inmediato es conocer cuáles son las necesidades y expectativas del cliente.

Una precisión general del prestador de servicios fue reconocer a su cliente por el sexo biológico pero desde una noción de binarismo biológico, haciendo referencia a la idea naturalizada de las categorías dicotómicas, mutuamente excluyente biologicistas y complementarias del varón-mujer. Esta clasificación binaria de sexo y de género atraviesa de forma longitudinal el pensamiento de los prestadores de servicios turísticos y es un modo primario de entendimiento y organización de sus lógicas de atención. Sin embargo, para segmentar el mercado es necesario hacerlo desde una visión más amplia e incluyente al abanico de opciones que brinda la diversidad sexual.

La heteronormatividad del patriarcado conduce a los privilegios de la “familia tradicional”, que los prestadores de servicio la instalan como “natural” y la única manera de agrupamiento familiar. En este punto de partida teórico no es favorable para visibilizar y comprender la situación de los nuevos modelos de familias: familias homoparentales. Lejos de considerar a la familia como una unidad armónica con intereses comunes, esta perspectiva pone de manifiesto que se ignoran los cambios económicos y políticos de los últimos tiempos y el impacto que los mismos han tenido en la estructuración de las familias. Transversalizar la diversidad familiar en las nociones de clientes es uno de los retos del prestador de servicios, así como deconstruir un modelo de familia tradicional y dar paso a una apertura ideológica respetuosa de las múltiples maneras de vivir, construir y habitar comunidades denominadas familias y así dar lugar a los nuevos modelos y ejemplos de vida para las futuras generaciones.

Los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora manifiestan ideas preconcebidas estereotipadas que surgen a partir de adscribir a las personas ciertos atributos, características o roles, en razón de su aparente pertenencia a un grupo. El prototipo del hombre afeminado o de la lesbiana con ademanes y actitudes masculinizadas se ha mantenido como constante en el imaginario del heterosexual para identificar a las personas disidentes del sistema sexo y género, es decir la transgresión del rol de género se encuentra asociada a la “homosexualidad”. Algunos mencionan que

han aprendido que no todos son así, dicha función cognitiva resulta problemática cuando opera para ignorar necesidades, deseos, habilidades y circunstancias de las personas que se traduzcan en la restricción o negación de los derechos fundamentales por un lado, y en la jerarquización entre grupos sociales, por el otro.

El sexo y la sexualidad han transitado desde ser dominados por representaciones hegemónicas ortodoxias con tintes médicos y religiosos hacia el discurso hereje de aceptación y respeto dominado por una economía de consumo circunscrito aún a las normas sociales del límite entre lo aceptable y lo “inmoral”.

Para algunos de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora sexualidad es un concepto limitado a la sexualidad como una condición sexuada, que refiere al conjunto de características biológicas que definen el espectro humano como hembras y machos; es decir, circunscriben la sexualidad a la dimensión biológica entre el hombre y la mujer. No obstante, para otros prestadores de servicios amplían ese concepto de sexualidad a otra dimensión, la dimensión psicológica y lo asocian a diferentes espectros de la personalidad del ser humano, de los gustos, de las decisiones en las relaciones sexuales, la identidad y la orientación sexual.

En general los prestadores de servicios del estado de Sonora asumen a la heterosexualidad como una relación física y/o erótica entre un hombre y una mujer, es decir conciben a la heterosexualidad como la orientación sexual de una persona que consiste sentirse atraído sexualmente por el “género opuesto”. Los prestadores de servicio reconocen a la heterosexualidad desde una visión binarista sexo-genérica.

Dos de los prestadores de servicios declararon un desconocimiento del significado de heterosexualidad, no sé si los entrevistados no quisieron expresar lo que ellos entendían por heterosexualidad o realmente lo desconocían, cabe mencionar que a ambos entrevistados los considero con las competencias necesarias para poder expresar una definición de heterosexualidad; además, durante la entrevista que sostuve con ellos se mostraron participativos y “abiertos”. Entonces esta información nos remitió pensar que la identidad heterosexual es una noción relativamente nueva y por tal razón algunos de los prestadores la desconocen.

Los entrevistados no dicen “soy heterosexual” simplemente dicen “soy hombre” o “soy mujer”, asumiendo la naturalidad entre sexo-género y orientación sexual. Ese

discurso reduccionista, propicia la construcción de espacios heteronormativos para los clientes de la comunidad LGBTTTTI, lo que quizás pudiera estar limitando al cliente a disfrutar la libertad que se da en espacios que reconocen las diversas identidades sexuales.

Se reconoce la existencia de una “diversidad sexual”, así como un discurso distante de la heteronormatividad y cercano al reconocimiento de la diversidad sexual. Hay otro discurso que acepta la igualdad básica en la diversidad; aunque el concepto de diversidad sexual no está presente literalmente, si existe su esencia. Los prestadores de servicios turísticos indican que existe diversidad y pluralidad de sexualidades y que en todo momento deben de ser respetadas.

La concepción de homosexualidad viene atravesando una renovación absoluta de paradigmas. De considerarse la homosexualidad en sus vertientes más ortodoxas una patología o un pecado al desvincularse al matrimonio y a los fines reproductivos, progresivamente la hegemonía de la sexualidad se ha ido desvirtuando y la homosexualidad se aproxima a nociones más incluyentes y los prestadores de servicios manejan un discurso de “normalidad” social.

Existe el reconocimiento de la homosexualidad como una variante más de la diversidad sexual por el conjunto de prestadores de servicios turísticos. Algunos entrevistados hablan de una “normalización” o acostumbramiento social a la homosexualidad; incluso señalan que no se “asustan”, que “no se sorprenden”, otros enfatizan en que es un proceso de normalización y en ese marco uno de los entrevistados señala de que puede existir la homosexualidad, pero debe darse dentro de los límites de la “responsabilidad del “respeto”.

Aún que el prestador de servicios turísticos reconoce a la sexualidad como un proceso de normalización, la homosexualidad sigue siendo en nuestra sociedad una forma de relación sexual y afectiva no normalizada debido a que aún no se consigue la convivencia de las diferencias sin que se pierdan los hechos de identidad. En general, la homosexualidad esta preconcebida en el imaginario del prestador de servicios del estado de Sonora como una relación entre personas que conlleva al erotismo, al gusto, al interés a la preferencia y a la afinidad de sentimientos para alguien de su mismo sexo.

Las causas de la homosexualidad cambian históricamente, durante largo tiempo se fundamentaban en el pecado por considerarse la homosexualidad una desviación ya que se alejaba de la principal función: la reproducción. Desde los cánones de la ciencia se asumía como una patología, hoy en día, de una manera más compleja su significado se ha ampliado, para algunos la homosexualidad se ha convertido en una cuestión de genética, situación propia de la naturaleza humana, para otros la han asociado con la elección del ser humano de disfrutar la sexualidad en sus expresiones polimorfas y ha dado origen a un floreciente crecimiento de nuevas representaciones sexuales, o a una renovación del discurso.

Un discurso que expresa apertura y respeto hacia la diversidad sexual; hay una visión deshomofobizada que va más allá de los estereotipos, se lee un discurso que expresa respeto, que se aleja de la heteronormatividad que regula la existencia sexual y se acerca a un discurso que acepta la igualdad básica en la diversidad. Los entrevistados hablan de una normalización o acostumbramiento a la homosexualidad, enfatizan que es un proceso de normalización que se da dentro de los límites de la “responsabilidad”; es decir, hay una aceptación a la homosexualidad dentro de los límites del respeto, lo que de cierta forma el prestador de servicios turísticos del estado de Sonora emite un discurso de aceptación a la diversidad sexual y al placer pero con límites; existe un discurso heteronormativo que es hegemónico, se presenta no necesariamente en sus vertientes ortodoxas de pecado o patología sino en nociones de normalidad social.

Los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora categorizan a las personas de la comunidad LGBTTTI de la siguiente manera: el prestador de servicio reconoce a su cliente lesbiana cuando su apariencia es andrógina, creando categorías en donde las etiqueta como machorras o marimachas; consideran que su apariencia es masculina y además asumen el papel de hombre o macho, reproduciendo estructuras heteronormativas y en esta situación se produce una distribución dogmática de las personas en parejas con roles opuestos, debido a que aún no se ha generalizado una forma de vida afectivo-sexual en igualdad.

Cuando la apariencia de la mujer lesbiana es femenina, es decir, cumple con las expectativas sociales de rol de género, es productora de diferentes sensaciones y emociones, primero crea confusión en la orientación sexual y en otro sentido es motivo

de provocar excitación y deseo para prácticas sexuales como tríos sexuales, en donde participan dos mujeres y un hombre y además se asume que la mujer lesbiana femenina es más propensa a que su orientación sexual se incline a la bisexualidad.

En nuestros resultados encontramos que cuando el hombre tiene relaciones homoeróticas con hombres en algunos casos, se les etiqueta como “vaquetones” o “mariposones”. Y la categoría “gay” se emplea para el hombre que mantiene relaciones homoeróticas con hombres pero conserva o se apega a los estereotipos y roles de género masculinos impuestos por la sociedad. El “joto” y el “puto” son categorías que emplean para señalar al hombre que mantiene relaciones homoeróticas pero que además transgreden los estereotipos y roles de género masculino como por ejemplo hacer gestos o ademanes considerados femeninos o utilizar vestimenta de mujer.

La bisexualidad es la orientación sexual de difícil comprensión, quizás sea porque vivimos en una sociedad que prefiere la monosexualidad y además nos desenvolvemos en una sociedad normativizada estructurada a través de binarismos (heterosexual-homosexual) que jerarquizan el pensamiento. Por tanto la bisexualidad irrumpe, en los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos de Sonora, como elemento disruptivo, no sólo devuelve su categoría de existencia al otro polo del binario sino que además despliega una amplia gama de opciones posibles, al bisexual lo consideran como una persona que tiene relaciones eróticas –excluye relaciones afectivas- con personas de su mismo sexo u otro sexo, de manera indistinta.

Existe un desconocimiento casi general de la identidad transexual en las concepciones identidad de género. Algunos manifiestan desconocer a que hace referencia el término otros tienen una idea aproximada asociada a lo transgénero, o a lo travesti, y otros si lo saben, aunque suelen identificar a la mujer transexual no al hombre transexual. Pocos de nuestros sujetos de estudio lo iguala a la identidad transexual ya que señala que la persona recurre a cirugías o tratamientos médicos para transformar su cuerpo a la identidad de género que le corresponde y asumen que es una identidad innata. Para ellos el travesti es la persona de determinado género biológico que utiliza la vestimenta socialmente asignada al género opuesto y lo hace por diferentes motivos como las representaciones dramáticas, el transformismo e inclusive el fetichismo y no

necesariamente implica que a la persona le interesa mantener relaciones homoeróticas con personas de su mismo sexo biológico, aunque si está presente dentro de sus representaciones o imaginarios de la identidad travesti. La intersexualidad es un término poco conocido entre los entrevistados. A la persona intersexual la conocen erróneamente como hermafroditismo.

Algunos prestadores de servicios dejan claro que no hay un signo físico que identifique a una persona como persona LGBTTTI; es decir, el estereotipo o forma de actuar de un cliente no son patrones de comportamiento suficientes para asumir que una persona tiene una identidad sexual distinta a la heterosexual. Esto puede parecer una obviedad, pero a las personas que mantienen dentro de sus amistades a personas LGBTTTI les es más sencillo reconocer a las y los clientes disidentes del sistema sexo y género. Expresan no tener una explicación concisa en que estribe ese reconocimiento, simplemente se lo atribuyen a la convivencia. Además en general coexisten estereotipos positivos con estereotipos negativos.

La generalidad de los entrevistados manifiesta que la discriminación es el no aceptar, el rechazar, el hacer “sentir menos”, el no “tragarse”, el prejuiciar, el tratar mal a alguien por ser o comportarse diferente a uno mismo. Con esas definiciones de “discriminación” puede ser muy difícil que ellos entiendan que se está discriminando en la medida que se refieran a tonos o formas de rechazo y no a la negación de derechos.

La principal discriminación del prestador de servicios es la discriminación por género, es más constante, se presenta cuando el cliente rompe las expectativas y roles de género asignados en una sociedad heteronormativa. Utilizan la palabra machista como para justificar que la supremacía del comportamiento sexual es el heterosexual, entonces el rechazo, el asombro y la carrilla hacia las personas que transgreden los estereotipos de género suelen ser discriminadas con mayor facilidad. Los factores determinantes para que exista discriminación son la ignorancia al tema, el machismo, la falta de familiaridad, de costumbre, la “mentalidad cerrada”, la cultura en la que nos desarrollamos. Sin embargo, remiten a un antes y un después, un antes en donde el sexo y la sexualidad eran temas de los que no se hablaba, “temas tapados” y aunque ya tenemos más información hay una incipiente discusión pública del tema.

Existe mayor aceptación y apertura social a las diversas identidades sexo-genéricas, quizás esa convivencia y normalidad social sean factores para que la discriminación no es un acto recurrente en las comunidades exploradas. Lo que habla de ambientes sociales de respeto. Sus límites del “respeto” estriba en el beso a partir de ese punto se entiende su noción de espacio gay vs espacio “heterosexual”; su espacio tiene una “orientación sexual” aun cuando esa situación le pasa desapercibida y no entiende que excluye y que constituye con su rechazo el guetto gay. Sin embargo, la lógica económica empresarial respalda también la “aceptación” el interés económico ha abierto espacios de “tolerancia”, hacer “negocio” es más fuerte que “hacer identidad”.

Si queremos evolucionar a la par de la sociedad en que vivimos, es importante reconocer que estamos en ese proceso de transición democrática evolutivo; una sociedad que no está dispuesta a caminar a la par de la humanidad, está destinada al fracaso. El reconocer los derechos sociales y humanos de la disidencia sexo genérica, es más que un asunto de generar riqueza, es una obligación cívica en la búsqueda de soluciones ante sufrimientos innecesarios. Para lo anterior esta investigación propone desde lo académico 1) Precisar las competencias necesarias de los empresarios del sector turismo para la atención y servicio al turismo disidente en sexo y género. Desde los agentes y actores sociales que intervienen en la actividad turística 2) Desarrollar protocolos estandarizados para la atención y servicio cubriendo las expectativas de un turismo disidente sexo-genérica; además de diseñar estrategias administrativas adecuadas para su práctica, las cuales darán oportunidad en colocar al estado de Sonora como un estado abierto a los nuevos circuitos de la dinámica del turismo. Desde los organismos públicos gubernamentales: 3) considerar al turismo como un fenómeno estrechamente vinculado a un proceso de desarrollo regional y dar paso a una interrelación social de respeto, apertura y solidaridad a la diversidad sexual, 4) diseñar políticas públicas que permitan un crecimiento óptimo a la industria del turismo, así como el diseño de leyes que favorezcan al individuo en el reconocimiento de un ente social digno sin importar su diversidad sexual y cultural.

Los señalamientos anteriores nos permiten concluir que: existe un discurso heteronormativo en los significados de sexualidad y género de los prestadores de servicios turísticos del estado de Sonora, ese discurso heteronormativo es el discurso

hegemónico, él que se hace presente, más no necesariamente en sus vertientes más ortodoxas de pecado o de patología sino en una noción de normalidad social. Los prestadores de servicios dicen que tratan a las personas disidentes del sistema de sexo y género como clientes “normales”, es decir, tienen un discurso de atención a clientes sin discriminación; sin embargo, el discurso heteronormativo de la no discriminación tiene implícitos tanto al discurso como a la práctica heteronormativa de los límites.

Aparentemente, el discurso de los prestadores de servicios a la no discriminación y a la práctica heteronormativa de los límites para los clientes disidentes del sistema sexo-género, no es suficiente para construir espacios en donde el cliente se sienta “cómodo”, debido a que el cliente se autocensura y se autolimita, por que asumen que es un espacio heteronormativo y buscan guardar ciertos límites.

Y como reflexiones finales presentamos que: en una sociedad compleja como la actual, no se puede hablar de una identidad única e inmutable sino que más bien debemos hablar de una pluralidad de ámbitos de identificación.

Los retos estriban es discutir como sociedad asuntos relevantes como los marcos normativos, la discriminación, la cultura, la inclusión social, en general aquellos asuntos en materia de Derecho a fin de proteger y establecer límites justos al sistema de derechos y libertades de todos los miembros de una sociedad, es necesario elevar los Derechos Humanos a rango constitucional, representando así una protección a todas las personas que componen una sociedad.

El reto que enfrenta el turismo LGBTTTTI es el de generar una relación entre los organismos públicos y privados a fin de establecer una sociedad que elimine barreras de prejuicio y discriminación además mantenga una actitud solidaria al visitante y residente homosexual; para lograr lo anterior es necesario que los esfuerzos encaminados para a promover el turismo, en especial el turismo LGBTTTTI, por los diferentes niveles de gobierno y todos los actores y agentes involucrados en la cadena productiva del turismo no pierdan de vista que para generar una agenda de competitividad deben existir cambios estructurales, como marcos jurídicos, políticas públicas, políticas de desarrollo entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

- Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. México: Trillas.
- Aguinaga, M., Lang, M., Mokrani, D., & Santillana, a. (2013). Development Critiques and Alternatives: A Feminist Perspective. En M. Lang, & D. Mokrani, *Beyond Development* (págs. 41-59). Quito-Ecuador: Fundación osa Luxemburg. Obtenido de http://www.tni.org/sites/www.tni.org/files/download/beyonddevelopment_critiques.pdf
- Aguirre, B. A. (1997). *Etnografía Metodología cualitativa en la investigación sociocultural*. México: Alfaomega Grupo editor S.A de C.V.
- Álvarez, G. G. (2009). *Economía*. Argentina: El Cid Editor.
- Aranda, J. (11 de Agosto de 2015). *La Jornada en linea*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2016, de La Jornada en linea: <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2015/08/11/parejas-gay-y-heterosexuales-pueden-adoptar-determina-la-corte-623.html>
- Arroyo, T. R. (2012). *Habilidades gerenciales: desarrollo destrezas, competencias y actitud*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Ascanio, A. (1992). Turismo, la ciencia social de los viajes. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 185-197.
- Banco Mundial. (28 de Mayo de 2014). *Banco Mundial*. Obtenido de Banco Mundial: <http://www.bancomundial.org/temas/globalizacion/>
- Boserup, E. (2011). *Woman's Role in Economic Development*. London-New York: Earthscan.

- Brida, J. G., Pereyra, J. S., Such, D. M., & Zapata, A. M. (s.f.). Cuadernos de Turismo. *La Contribución del Turismo al Crecimiento Económico*. Murcia, España.
- Brito, A., & Bastida, L. (2009). *Informes de Crímenes de Odio por Homofobia México 1995-2008 resultados preliminares*. México: Letra S, Sida, Cultura y Vida Cotidiana A.C.
- Butler, J. (2014). *El género en disputa. El feminismo y la subversión de la identidad*. Barcelona: Paidós.
- Callejas, F., & Piña, M. L. (2006). *La estigmatización social como factor fundamental de la discriminación juvenil*. México: Res El Cotidiano.
- Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión. (27 de Noviembre de 2016). *LXIII Legislatura Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión*. Obtenido de LXIII Legislatura Cámara de Diputados H. Congreso de la Unión: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_150816.pdf
- Cardenas, J. L. (Mayo de 1998). Definición de un marco teórico para comprender el concepto de desarrollo sustentable. *Revistainvi*, 13(33), 3 a 20. Recuperado el 12 de Noviembre de 2014, de <http://www.revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/228/990>.
- Castillo, N. M., & Lozano, C. M. (2006). *Apuntes para la investigación turística*. México: Universidad de Quintana Roo.
- Castrejón, P. D., Serrano-Barquin, R. d., Cruz, J. G., & Gutiérrez, C. J. (2011). enfoques Teóricos para aplicaciones concretas: complejidad y turismo. *Redalyc*, 99-125.
- Chambers, E. (2000). *Native Tours: The anthropology of travel and tourism*. Illinois, Prospect Heights: Waveland Press.
- Cohen, E. (16 de Marzo de 2010). *The sociology of tourism: approaches, issues, and findings*. arjournals.annualreviews.org.
- Colom, E., & Requena, P. (2012). *Como explicar la revolución sexual*. España: EUNSA. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/cesuessp/Doc?id=10638276&ppg=24>
- CONAPRED. (03 de Junio de 2013). *Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación*. Obtenido de Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación: http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=pagina&id=145&id_opcion=48&op=48
- CONAPRED. (26 de Mayo de 2013). *Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación*. Obtenido de Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación:

http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=pagina&id=424&id_opcion=436&op=436

CONAPRED. (29 de Mayo de 2014). *Consejo Nacional para prevenir la discriminación*. Obtenido de Consejo Nacional para prevenir la discriminación: http://www.conapred.org.mx/index.php?contenido=pagina&id=84&id_opcion=142&op=142

Crocker, J., Major, B., & Steele, C. (1998). *Social stigma. Handbook of social psychology*. Boston : Mc.Graw Hill.

De la Esapriella, G. R. (2009). Homofobia y psiquiatría. *Red Revista Colombiana de Psiquiatría*, 20.

De la Torre Padilla, O. (2012). *Turismo Actividad Mundial*. México: Trillas.

De la Torre Padilla, O. (2012). *Turismo Actividad Mundial* . México DF: Trillas .

Definición ABC. (28 de Mayo de 2014). *Definición ABC*. Obtenido de Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/social/sociocultural.php>

Delisle, M.-A., & Jolin, L. (2011). *¿Es posible otro turismo?* San José C.R.: FLACSO Costa Rica.

D'Emilio, J. (2006). Capitalismo e Identidad Gay. *Nuevo Topo, revista de Historia y Pensamiento Critico* , 1-11.

Diverciudad. (08 de Febrero de 2014). Obtenido de Diverciudad: <http://www.diverciudad.com/noticias/detonan-turismo-es-mexico-destino-gay.html>

El Universal. (19 de Enero de 2012). El Turismo representa el 10% del Sector. *El Universal Ed. digital*, pág. Seccion destinos.

Elguea, J. (2011). Razón y desarrollo: el crecimiento económico, las instituciones y la distribución de la riqueza espiritual. *Open Insight, II(2)*, 203-210. Recuperado el 12 de mayo de 2014, de openinsight.mx/.../OpenInsight_V2N2-Resenas_Bibliograficas_p203.pdf

emeequis. (05 de Septiembre de 2013). Obtenido de <http://www.m-x.com.mx/2013-05-09/el-turismo-la-3a-fuente-de-divisas-en-mexico-genera-9-del-pib-ya-no-se-puede-postergar-su-despegue/>

- Enríquez, L. D. (2003). Confrontación de poderes y expulsiones de sacerdotes en Sonora. En D. E. Enríquez Licón, *Seis Expulsiones y un Adiós* (págs. 169-230). México: Plaza y Valdés S.A. de C.V.
- Expansión en alianza con CNN. (13 de Junio de 2015). *Expansión en alianza con CNN*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2016, de Expansión en alianza con CNN: http://expansion.mx/nacional/2015/06/13/una-jurisprudencia-de-la-scjn-respalda-a-los-matrimonios-homosexuales?utm_source=expansion&utm_campaign=InternalTraffic&utm_medium=PLAYLIST
- Fausto-Sterling, A. (1993). The Five Sexes. Why male and Female Are Not Enough. *The Sciences*, 20-24. Obtenido de <http://www.uta.edu/english/timothy/Fausto-Sterling.pdf>
- Federal, Asamblea Legislativa del Distrito. (13 de Noviembre de 2014). *Asamblea Legislativa del Distrito Federal*. Obtenido de Asamblea Legislativa del Distrito Federal: <http://www.aldf.gob.mx/comsoc-aprueba-aldf-cambio-identidad-genero-personas-transexuales--19980.html>
- Ferrer, D. J., & Riverón, L. A. (2009). Apuntes sobre la Ciencia del Turismo. *TUR y DES revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 1-5.
- Figuerola Palomo, M. (1999). *Introducción al Estudio Económico del Turismo*. Madrid: S.L. CIVITAS.
- Flores, V. (2008). Entre secretos y silencios. La ignorancia como política de conocimiento y práctica de (hetero) normalización. *Revista UNAM*, 14-21. Obtenido de Revistas UNAM: www.revistas.unam.mx/index.php/ents/article/download/19514/18506
- Fonseca, M. M. (Enero/Junio de 2009). Punta Mita en la dinámica del desarrollo turístico regional. *El Periplo Sustentable*, 16, 85-108. Recuperado el 25 de Febrero de 2014, de http://www.uaemex.mx/plin/psus/periplo16/articulo_04.pdf
- Foucault, M. (2012). *Historia de la Sexualidad 1. la voluntad del saber*. México D.F.: Siglo XXI.
- García, M. E. (08 de Noviembre de 2012). *Quién es? Álvaro López López*. Obtenido de *Quién es? Álvaro López López*: http://www.comoves.unam.mx/assets/pdfs/131/quienes_131.pdf
- Getino, O. (2002). *Turismo entre el ocio y el negocio*. La Cruzjía: CICCUS.

- Giménez, G. (2007). Formas de discriminación en el marco de la lucha por el reconocimiento social. En O. Gall, *Racismo, Mestizaje y Modernidad: Visiones desde latitudes diversas* (págs. 37-61). México : UNAM.
- Glosario de turismo y hostelería. (01 de Julio de 2013). *Glosario de turismo y hostelería*. Obtenido de Glosario de turismo y hostelería: <http://www.poraqui.net/diccionario/index.php/term/Glosario+de+turismo+y+hosteler%C3%ADa,cluster+tur%C3%ADstico.xhtml>
- Gobierno del Estado de Sonora. (2010). *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sustentable en el Estado de Sonora 2010-2015*. Hermosillo: Gobierno del Estado de Sonora.
- Gobierno del Estado de Sonora. (19 de Junio de 2012). *Gobierno del Estado de Sonora*. Recuperado el 19 de Junio de 2012, de Gobierno del Estado de Sonora: <http://www.sonora.gob.mx/work/models/Sonora/Resource/178/Anexos.pdf>
- Gobierno Federal. (01 de Septiembre de 2012). *Presidencia de la República*. Recuperado el 25 de Octubre de 2012, de Presidencia de la República: <http://www.informe.gob.mx/>
- Gobierno Federal. (26 de Noviembre de 2016). *Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 Gobierno de la República*. Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 Gobierno de la República: <http://pnd.gob.mx/>
- Goffman, E. (2006). *Estigma: la identidad deteriorada*. Buenos Aires: Amorrortu.
- González, d. R. (2003). La expulsión de filibusteros norteamericano y franceses de Sonora y sus repercusiones, 1850 -1860. En A. G. Bustamante, *Seis expulsiones y un adiós despojos y exclusiones en Sonora* (págs. 103- 132). México: Plaza y Valdés SA de CV.
- Gonzalez, M. (2009). *La administración por valores*. Argentina: El Cid editor apuntes.
- Grajeda, B. A. (2003). Militancia patriótica, revuelta popular y despojo: Sonora en la expulsión de los españoles, 1827 - 1831. En A. Grajeda Bustamante, *Seis expulsiones y un adiós* (págs. 53-102). México DF: Plaza y Valdés, S.A.de C.V.
- Grajeda, B. A. (2003). *Seis Expulsiones y un Adiós. Despojos y exclusiones en Sonora*. México: UNISON , Plaza y Valdés.
- Guaracino, J. (2007). *Gay and Lesbian Tourism. The essential Guide for Marketing*. USA: Elsevier Ltd.

- Guardiola, J. P. (04 de Mayo de 2016). *Universidad de Murcia*. Obtenido de Universidad de Murcia: <http://www.um.es/docencia/pguardio/documentos/percepcion.pdf>
- Güssepe Loy , P. (1990). Turismo y desarrollo. La Habana, Cuba.
- Hirsch Adler, A. (2005). Construcción de una escala de actitudes. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 7(1), S/P. Obtenido de <http://redie.uabc.mx/redie/article/view/125/1111>
- hosteltur.com. (26 de Noviembre de 2011). *hosteltur.com*. Obtenido de hosteltur.com: http://www.hosteltur.com/148860_ranking-mundial-turismo-gay-espana-novena-posicion.html
- Hu-DeHart, E. (2003). Solución final: la expulsión de los yaquis de su Sonora natal. En A. G. Bustamante, *Se Panamá miis Expulsiones y un Adiós, Despojos y Exclusiones en Sonora* (págs. 133-167). México: Plaza y Valdés S.A.de C.V.
- IGLTA. (01 de Enero de 2011). *IGLTA.ORG*. Recuperado el 09 de Noviembre de 2012, de IGLTA.ORG: <http://virtual.angstromgraphics.com/publication/?i=60895>
- INEGI. (2016 de Noviembre de 2016). *Cuentame INEGI*. Obtenido de Cuentame INEGI: <http://cuentame.inegi.org.mx/mapas/son.aspx?tema=M>
- Jagose, A. (1996). *Queer Theory*. New York: New York University Press.
- Jiménez Bulla, L. H., & Jiménez Barbosa, W. G. (2013). *Turismo: tendencias globales y planificación estratégica*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Jiménez, B. L., & Jiménez, B. W. (2013). *Turismo: tendencias globales y planificación estratégica*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Kadt, E. (1991). *Turismo: Pasaporte al desarrollo*. Madrid: Endymion.
- Krapf, K. (1963). *Le role et l'importance du tourisme international*. Roma: ONU.
- Laborin, A. J., Parra, A. E., & Valdéz, G. G. (2012). Discriminación y prejuicios de jóvenes sonorenses hacia el inmigrante indígena. *Revista Estudios Sociales*, 329-348.
- Laguarda, R. (2009). *Ser Gay en la ciudad de México, Lucha de representaciones y apropiación de una identidad, los años de 1968 a 1982*. México: CIESAS, Instituto Mora.
- Lamas, M. (s/f). La perspectiva de género. *Antología de lecturas sobre sexualidad. Red de Democracia y Sexualidad*. México D.F.: Democracia y Sexualidad.

- Lanfant, M. F. (1994). Identité, mémoire, patrimoine et touristification de nos sociétés. *Sociétés. Revue des sciences humaines et sociales*, 433-439.
- Link, B., & Phelan, J. (2001). Conceptualizing stigma. *Annual Review of Sociology*, 363-385.
- López López, A., & Van, B. (2010). *Sexual Encounters Between Men in Tourist Environment: a Comparative Study in Seven Mexican Localities*. En N. C. Poria, *Sex and the Sexual During People's leisure and Tourism Experiences*. Newcastle upon Tyne: British Library.
- López Santillán, Á. A., & Marin Guardado, G. (2010). Turismo, capitalismo y producción de lo exótico: una perspectiva crítica para el estudio de la mercantilización del espacio y la cultura. *Relaciones 123, XXXI*, 219-258.
- López, G. (2 de Marzo de 2011). Sonora "no pinta" en denuncias por casos de discriminación. *El Imparcial*, pág. General 05.
- Marín Poot, H. M. (2012). Tesis para grado de Maestría. *Creación y apropiación de espacios sociales dentro del turismo gay: identidad, consumo y mercado en Cancún, Quintana Roo*.
- Mariotti, A. (1974). *Reccolta di studi sul turismo*. Roma: Grafiche Scala Edutrici.
- Martín, F. D. (2009). *Los valores en el centro de la cultura organizacional*. Argentina: El Cid Editor/apuntes.
- Matute, P. M., Aguilar, M. S., Asanza, R., & Publio, X. (21 de Octubre de 2013). *Edumet.net*. Obtenido de Edumet.net: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2006c/209/IMPACTO%20SOCIAL%20DEL%20TURISMO.htm>
- Mazón, R. T. (2001). *Sociología del Turismo*. Madrid: Universitaria Ramón Arce.
- Melián-González, A., Moreno-Gil, S., & Araña, J. E. (2010). Gay tourism in a sun and beach destination. *Tourism Management*, 1027-1037.
- Molina, S. (2007). *Política Turística en México*. México: Trillas.
- Molina, S. (2009). *Fundamentos del nuevo Turismo de la fase industrial a la de innovación*. México: Trillas.
- Molina, S. (2012). *Política Turística en México*. México: Trillas.
- Molina, S., & Rodríguez, M. (1986). *Turismo Alternativo. Nuevo Tiempo Libre*. México: S/D.

- Moner, K. C., Royo, V. M., & Ruiz, M. M. (Julio-Diciembre de 2007). Oferta y demanda en el mercado turístico homosexual: una propuesta de estrategias de intercambio para la. *Redalyc.org*, 20, 171-197.
- Montané, M. J. (2003). En torno a la expulsión de los jesuitas en Sonora. En A. Gregeda Bustamante , *Seis expulsiones y un adiós* (págs. 19-52). México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.
- Montejo, M. J. (07 de Junio de 2013). *Psicopedagogía.Com Psicología de la educación para padres profesionales*. Obtenido de Psicopedagogía.Com Psicología de la educación para padres profesionales: <http://www.psicopedagogia.com/definicion/aculturacion>
- Morin, E. (01 de Septiembre de 2008). *Comunidad del Pensamiento Complejo*. Recuperado el 14 de Noviembre de 2012, de Comunidad del Pensamiento Complejo: http://www.pensamientocomplejo.com.ar/docs/files/MorinEdgar_Introduccion-al-pensamiento-complejo_Parte1.pdf
- Muy interesante . (02 de 12 de 2012). *Muy Interesante*. Obtenido de Muy Interesante: <http://www.muyinteresante.es/cultura/arte-cultura/articulo/iquienes-eran-los-filibusteros>
- Núñez. Noriega Guillermo. (2007). *Masculinidad e intimidad: identidad, sexualidad y sida*. México: UNAM, PUEG, COLSON, PORRÚA.
- Núñez Noriega, G., Ponce, P., & Woolfolk, L. (Julio-Diciembre de 2015). La sexualidad en el desarrollo: hacia una visión inclusiva. *revista interdisciplinaria de Estudios de Género de el Colegio de México*, 56-81.
- Núñez, N. (Sep-Feb de 2009). Reflexiones para una mesa de diálogo que apenas empieza, feminismo y estudio de género de los hombres en México. *GénEros*, 16(6), 35-53. Obtenido de http://bvirtual.ucol.mx/descargables/529_reflexiones_mesa_dialogo.pdf
- Núñez, N. (2011). *¿Qué es la diversidad sexual? Reflexiones desde la academia y el movimiento ciudadano*. Quito Ecuador: Abya-Yala/CIAD.
- Núñez, N. G. (2011). *¿Qué es la diversidad sexual? Reflexiones desde la academia y el movimiento ciudadano*. Quito Ecuador: Abya-Yala/ CIAD.
- Núñez, N. G. (2015). *Sexo entre Varones, Poder y Resistencia en el Campo Sexual*. México: UNAM, CIAD, COLSON.

- Nuñez, N. G. (12 de 05 de 2016). *altersexual.net*. Obtenido de altersexual.net: <https://altersexual.files.wordpress.com/2014/05/nc3bac3b1ez-noriega-guillermo-deconstruyendo-la-homofobia.pdf>
- Oehmichen, B. C. (2013). Una mirada antropológica al fenómeno del turismo. En O. B. Cristina, *Enfoques antropológicos sobre el turismo contemporáneo* (págs. 35-71). México: UNAM, Instituto de Investigaciones Antropológicas.
- OMT. (12 de Noviembre de 2012). *Organización Mundial de Turismo*. Obtenido de Organización Mundial de Turismo: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Peña Nieto anuncia reforma que reconocerá matrimonio gay en todo el país. (17 de mayo de 2016). *Excelsior*.
- Peralta, M. J. (2009). *Rol de las expectativas en el juicio de satisfacción y calidad percibida del servicio*. Chile: Red Límite.
- Pereira, J. E. (26 de Diciembre de 2012). *Mercadeo.com*. Obtenido de Mercadeo.com: <http://www.mercadeo.com/blog/2012/12/el-nicho-de-mercado-gay/>
- Pérez, M. A. (2007). *Procedimiento para determinar los indicadores de la actitud hacia la calidad en los trabajadores del turismo. Retos Turísticos*. Cuba: Universidad Matanzas.
- Peris, A. B. (17 de Abril de 2012). *Generalitat de Catalunya gencat.cat*. Obtenido de http://www20.gencat.cat/portal/site/empresaiocupacio/menuitem.32aac87fcae8e050a6740d63b0c0e1a0/?vgnextoid=774600af95186310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=774600af95186310VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default&newLang=es_ES
- PNUD. (2014). *Índice de Desarrollo Humano Municipal en México: Una nueva metodología*. México: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Recuperado el 18 de Noviembre de 2014, de <http://www.mx.undp.org/content/dam/mexico/docs/Publicaciones/PublicacionesReduccionPobreza/InformesDesarrolloHumano/UNDP-MX-PovRed-IDHmunicipalMexico-032014.pdf>
- Ponce de León, G. J. (18 de Febrero de 2014). Marquesina Política. Información que trasiende. Hermosillo, Sonora, México. Obtenido de Marquesina Política. Información que trasiende: http://www.marquesinapolitica.com/index.php?option=com_content&view=article&id=33826:protegera-cedh-diversidad-sexual-en-sonora&catid=7:notas-hermosillo

- Ramirez Cavassa. (2012). *Calidad total en las empresas turísticas*. México: Trillas.
- Real Academia de la Lengua Española. (19 de Junio de 2012). *RAE*. Recuperado el 19 de Junio de 2012, de Real Academia de la Lengua Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=diversidad>
- Redacción Anodis. (13 de Junio de 2003). *ANODIS*. Obtenido de ANODIS: <http://anodis.com/nota/1389.asp>
- Redacción: La silla rota . (07 de Diciembre de 2012). *La silla rota Estados* . Obtenido de La silla rota Estados : http://www.lasillarota.com.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=55757:funcionario-de-sonora-acusado-de-homofobia&Itemid=185
- Reñique, G. (2003). Región, raza y nación en el antichinismo sonoreño. Cultura regional y mestizaje en el México posrevolucionario. En A. G. Bustamante, *Seis expulsiones y un adiós* (págs. 231-289). México: Plaza y Valdés SA de CV.
- Revista del Consumidor. (18 de Abril de 2011). *Revista del Consumidor*. Obtenido de Revista del Consumidor: <http://revistadelconsumidor.gob.mx/?p=17354>
- Rionda, R. J. (2005). *Contextos del desarrollo regional en México*. España: B-EUMED. Obtenido de www.eumed.net/libros/2005/jirr/
- Rosa, D. I. (21 de Junio de 2012). *El Economista*. Obtenido de El Economista: <http://eleconomista.com.mx/industrias/2012/06/21/mexico-gana-terreno-captacion-turismo-gay>
- Rubio, A. E. (s/f). Sobre la sexualidad humana: los cuatro holones sexuales. En *Antología de lecturas sobre sexualidad, de red democracia y sexualidad*. Red de Democracia y Sexualidad.
- Runeborg, A. (Mayo de 2008). *Sexuality: A Missing Dimension in Development*. Suecia, Suecia: Communication AB.
- Safa, H. (1995). *he Male Breadwinner: Women and Industrialization*. Boulder, CO: Westview.
- Salles, V., & Rubalcava, R. (2002). *Hogares pobres con mujeres trabajadoras y percepciones femeninas*. Argentina: CLACSO.
- Sebreli, J. (1984). *Mar del Plata, el ocio represivo*. L. Buschi: Argentina.
- Sectur. Gobierno Federal. (Sin Fecha). *SECTUR*. Obtenido de SECTUR: <http://cestur.sectur.gob.mx/pdf/estudioseinvestigacion/estudiosfondosectorial/ana>

lisismejorespracticass/2012_FSIDITT_ClasificacionHotelera_FactorDelta_Versio
nCorta.pdf

- Sedgwick, E. K. (1993). Epistemology of the Closet. En H. Abelove, M. A. Barale, & Halperin, *The Lesbian and Gay Studies Readers* (págs. 45-61). New York: Routledge.
- Seers, D. (s/d de Septiembre de 1980). *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. Recuperado el 09 de JULIO de 2015, de Comisión Económica para América Latina y el Caribe: <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/9829>
- Sen, A. (2004). *Igualdad ¿de qué? en nuevo Examen de la desigualdad, versión Ana María Bravo*. Madrid, España: Alianza. Obtenido de Universidad de la República de Uruguay.
- Spargo, T. (2013). *Foucault y la teoría Queer*. España: Gedisa S.A.
- Streeten, P., Shahid, Haq, U., Hicks, & Frances. (1986). *Lo primero es lo primero. Satisfacer las necesidades humanas básicas en los países en Desarrollo*. Madrid: Editorial Tecnos, S.A.
- Suprema Corte de Justicia de la Nación. (08 de 2014). *SCRIBD*. Recuperado el 17 de Noviembre de 2016, de SCRIBD: <https://es.scribd.com/document/237223330/Protocolo-de-Actuacion-Para-Quienes-Imparten-Justicia-en-Casos-Que-Involucren-La-Orientacion-Sexual-o-La-Identidad-de-Genero-0>
- UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas. (26 de 01 de 2016). *Universidad Nacional Autónoma de México*. Obtenido de Universidad Nacional Autónoma de México : <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=4017> Texto completo
- Valcárcel, M. (Junio de 2006). *Universidad Veracruzana*. Recuperado el 12 de Mayo de 2014, de Universidad Veracruzana: <http://www.uv.mx/mie/files/2012/10/SESSION-6-Marcel-Valcarcel-Desarrollo-Sesion6.pdf>
- Vargas Melgarejo , L. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53.
- Vargas, Q., Aldana, M. E., & De la vega, L. (2011). *Calidad y servicio: conceptos y herramientas*. Colombia: Ecoe Ediciones.
- Vasilachis, d. G. (2006). La investigación cualitativa. En d. G. Vaasilachis, *Estrategias de investigación cualitativa* (págs. 23-60). Barcelona: gedisa.

- Velazco, A. J. (s/f). Desarrollo de la Sexualidad. *Antología de lecturas sobre sexualidad, de Red Democracia y Sexualidad*. México D.F.: Democracia y Sexualidad.
- Villamil, G. (13 de Junio de 2003). *La Jornada*. Obtenido de La Jornada: <http://www.jornada.unam.mx/2003/06/13/046n1soc.php?printver=1&fly=>
- Weeks, J. (1985). *El Malestar de la sexualidad: significado, mitos y sexualidades modernas*. España: Talasa.
- Weeks, J. (1998). *Sexualidad* (1 ed.). México: PAIDÓS.
- Wikimedia. (11 de Abril de 2013). *Wikimedia*. Obtenido de Wikimedia: http://commons.wikimedia.org/wiki/File:Laws_regarding_same-sex_sexuality.png
- World Tourism Organization. (2012). *Global Report on LGBT Tourism*. UNWTO and IGLTA: Madrid España.
- Yarce, J. (2009). *El poder de los valores*. Colombia: Universidad de la Sabana .
- Zarur, O. A. (Julio/Diciembre de 2011). El fenómeno gay contemporáneo, de lo moralmente inaceptable, a segmento de mercado. *Gestión y estrategia*(40), 51-63.

ANEXOS

Anexo 1

Guía para entrevista semiestructurada, para prestadores de servicios turísticos.

Guía de entrevista Semi-estructurada Para prestadores de Servicios Turísticos

Fecha
especifico):

Hora:

Lugar (ciudad y sitio

Entrevistador:

Características de la entrevista:

Explicar el la finalidad de la entrevista

¿Cuál es el giro de esta empresa?

¿Cuáles son tus principales funciones en la empresa?

¿Cuánto tiempo tienes trabajando en esta empresa?

¿Qué servicio ofrece la empresa?

¿Qué tipos de clientes vienen aquí, Cómo los distingues?,

¿De dónde vienen? ¿Son foráneos o son de la región?

Datos generales

Conocimiento de clientes

¿Vienen más hombres o más mujeres, de que edades?

¿A que vienen?

¿Cuál es el nivel socio económico de los clientes?

¿Culés son tus clientes principales?

Recibes turistas/clientes, de otros países, de otros grupos (etnias, religiones),clientes LGBT

Significados
De
Sexualidad
y género

Concepciones
Opinión o juicio que una persona tiene formado en su mente acerca de una persona o cosa

Percepciones

Obedecen a los estímulos cerebrales logrados a través de los 5 sentidos, vista, olfato, tacto, auditivo y gusto, los cuales dan una realidad física del entorno

Proceso mediante el cual una persona selecciona, organiza e interpreta los estímulos, para darle un significado a algo.

Valores

Son principios que nos permiten orientar nuestro comportamiento en función de realizarnos como personas. Son creencias fundamentales que nos ayudan a preferir, apreciar y elegir unas cosas en lugar de otras, o un comportamiento en lugar de otro.

Solidaridad
Respeto
justicia

Actitudes

forma de actuar de una persona, el comportamiento que

Para ti, ¿qué significa Sexualidad? ¿Qué significa Sexo?

¿Cuál es la forma en que el ser humano debe de vivir su sexualidad?

Para ti, ¿Qué significa la heterosexualidad? ¿Y la homosexualidad?

Para ti, ¿Qué significa que alguien sea homosexual?

¿Porque crees que exista la homosexualidad?

¿Cómo identificas a una persona homosexual?

Para ti ¿quién es una persona LGBTTTTI? ¿Cuál es tu opinión de la persona (turista) LGBTTTTI?

¿Crees que sea difícil decir que una persona acepte ante los demás su orientación sexual? ¿Por qué?

¿Qué opinas que existen diferentes maneras de expresar afecto y experimentar placer de diferentes formas, a la heterosexual?

¿Qué piensas al observar a LGBTTTTI dándose una muestra pública de afecto? (sosteniéndose de las manos)... (besándose)

Ilústreme la imagen que se te presenta cuanto escuchas el termino Gay, lesbiana, travesti, transexual, transgénero

¿Conoces el termino homofobia? ¿Cómo lo puedes explicar?

Para ti, ¿qué significa discriminación?

¿Crees que las personas LGBT se les discriminen?

¿Porque crees que exista esa discriminación?

A quien crees que se le discrimine más: Lesbiana-Gay- Bisexual- Transgénero-transexual Travesti

¿Crees que se les discrimine al ofrecerle un servicio turístico?

En tu empresa, en Sonora?

¿Conoces algún caso?

¿Cuál es tu reacción si algún otro cliente se queja por la presencia de un cliente LGBTTTTI?

¿Has presenciado algún acto de discriminación

emplea un individuo para hacer las cosas

hacia el turista homosexual en la empresa? ¿Qué sucedió? ¿Quiénes participaron? ¿Cómo reaccionaste cuando lo viste? ¿Lo comentaste lo que sucedió con tus compañeros? ¿Qué opinaron los demás de lo que sucedió?
¿Has presenciado en tu empresa insultos o sobre nombres a personas, por su orientación sexual? ¿Qué tipo? ¿Cómo reaccionas?
¿Has presenciado en tu empresa burlas o imitaciones a personas por su orientación sexual? ¿Qué tipos como reaccionas?
¿Te has negado a atender a un cliente de la empresa por su orientación sexual?

Prácticas
Capacitación
protocolos
institucionales

y
¿Cómo identificas cuando un cliente el LGBTTTI?
Cuando lo identificas, ¿Existe una atención especial como cliente?
¿Tienes algún protocolo, que se practique al recibir a un cliente LGBTTTI?
¿Crees que se necesita algún protocolo distintivo para las personas LGBTTTI?
¿Crees que cualquiera en la industria turística puede abordar por si solo a este segmento de mercado o se necesita asesoría especializada?
¿Aquí en tu empresa trabajan personas abiertamente reconocidas LGBTTTI?
¿Recibes capacitación por parte de la empresa? Si recibes capacitación, ¿en algún momento se ha tocado el tema de turista LGBTTTI?
En tu empresa, ¿has recibido información/capacitación sobre la diversidad sexual? ¿Qué información has recibido?
En tu empresa, ¿has recibido información/capacitación sobre los derechos de las personas homosexuales?
En tu empresa, ¿has recibido información/capacitación sobre la discriminación?
¿Has escuchado algo de turismo LGBTTTI?
¿Cuál es tu opinión del Turismo LGBTTTI?
Para ti, ¿Qué significa “turista LGBTTTI”?
¿Cuáles tu opinión del Turismo LGBT, en Sonora, en tu empresa?
¿Tú, como empresa promoverías el turismo LGBTTTI?
Utilizarías Símbolos LGBTTTI dentro de tus instalaciones
Has escuchado el termino Gay Friendly

Contexto
Turismo LGBTTTI

¿Cuál es tu opinión si esta empresa promoviera y ofertara sus servicios al turismo LGBTTTI?
¿Conoces empresas del sector turismo que sean gay friendly? ¿Qué empresas? ¿De dónde?

Derechos Humanos

¿Las personas LGBTTTI tienen los mismos derechos que cualquier otro turista?
¿Crees que el turista LGBTTTI provoque problemas sociales en tu empresa, en tu localidad, en la sociedad en general?
¿Conoces alguna ley que hable de la discriminación por orientación sexual?

Datos Generales

Algo más que quieras comentar

Nombre:

Edad

Sexo

Estado Civil

Nivel Educativo

Datos Institucionales

Nombre de la empresa

Quiénes son los propietarios

Cuál es la Visión empresarial

Cuál es la Misión empresarial

Cuáles son los Valores empresariales

Observaciones del entrevistador:

Guía para entrevista semiestructurada, para clientes LGBTTTI.

Guía de entrevista Semi-estructurada
Usuarios (turistas y residentes) de Servicios Turísticos

Fecha Hora: Lugar (ciudad y sitio específico):

Entrevistador:

Características de la entrevista:

¿Viajas? ¿Has sido cliente de algún servicio turístico bares, restaurantes, hoteles, etc?

A dónde has ido ¿Porque te gustan esos lugares?

¿A qué lugares de Sonora has ido como turista? ¿Porque te gustan esos lugares?

¿Que opinión tienes de los servicios de esos lugares? ¿Es diferente a los servicios de los prestadores de servicios de otros lugares? ¿Porque es diferente?

¿Qué es para ti un “buen servicio al cliente”?

¿Cuáles son los “puntos” que te hacen decidir entre una empresa y otra?

¿Vives en pareja?

¿Usualmente viajas en compañía? ¿De quién? Solo porque?

¿Frecuentas lugares y haces uso de servicios turísticos en pareja?

¿Cómo te identificas, cuál es tu identidad sexual?

Identidad Sexual (opcional)

- Soy hombre y me gustan las mujeres
- Soy mujer y me gustan los hombres
- Soy hombre y me gustan los hombres
- Soy mujer y me gustan las mujeres
- Soy hombre y me gustan las mujeres y los hombres
- Soy mujer y me gustan las mujeres y los hombres
- Mi cuerpo es de hombre pero soy mujer
- Mi cuerpo de mujer pero soy hombre
- Mi cuerpo es de hombre pero me gusta vestirme de mujer
- Mi cuerpo de mujer pero me gusta vestirme de hombre

¿Crees que haces evidente tu identidad sexual?

¿Crees que las demás personas puedan darse cuenta que eres gay/lesbiana/trans/trav?

¿Cómo reaccionan las personas ante tu identidad sexual?

¿Cómo reaccionas tú, ante las reacciones de los otros?

¿Has limitado hacer actividad turística por ser LGBTTTI?

¿Para ti que es la discriminación?

¿Has tenido experiencias de discriminación (en general)?

¿Has tenido experiencias de discriminación, en lugares de servicios turísticos?

Podrías platicarme experiencias concretas que hayas tenido al ser cliente de algún servicio turístico (hotel, bar o restaurant) ¿Te has sentido discriminado?

¿Crees que recibes de los prestadores de servicios turísticos un trato igual a las personas que “aparentan” ser heterosexuales?

¿Has presenciado algún acto de discriminación al ser usuario de algún servicio turístico (hotel, bar o restaurant)? ¿Qué sucedió? ¿Quiénes participaron? ¿Cómo reaccionaste? ¿Comentaste lo que sucedió con las personas responsables del lugar? ¿Qué opinaron de lo que sucedió?

¿Has presenciado o has recibido insultos o sobre nombres, en alguna empresa de servicios turísticos (hotel, bar o restaurant), por tu identidad sexual? ¿De qué tipo? ¿Comentaste lo que sucedió con las personas responsables del lugar? ¿Qué opinaron de lo que sucedió?

¿Has presenciado o has recibido burlas o imitaciones, en alguna empresa de servicios turísticos (hotel, bar o restaurant), por tu identidad sexual? ¿De qué tipo? ¿Comentaste lo que sucedió con las personas responsables del lugar? ¿Qué opinaron de lo que sucedió?

¿Has escuchado el término turismo LGBT, Turismo Rosa, Turismo Gay etc? ¿Qué concepto tienes del turismo LGBTTTTI?

¿Prefieres un trato especial de una empresa de servicios turísticos por ser LGBTTTTI?

¿Te gusta ir a restaurantes/bares y hoteles en donde sea un servicio exclusivo para clientes LGBTTTTI? ¿Por qué los prefieres, que hay de diferente con otros lugares?

¿Prefieres lugares reciba a todas las personas independientemente de su identidad sexual?

Conoces empresas del sector turismo que estén a favor de los derechos civiles de las homosexuales ¿qué empresas? ¿De dónde?

¿Cuáles han sido sus experiencias al visitar (hoteles, bares o restaurantes)? ¿cómo te sientes con el servicio? ¿Realmente te sienten “bienvenidos”? ¿Te sientes respetado?

El servicio otorgado, ¿cubre con las expectativas (divertirse, descansar, disfrutar de lo que ofrece el punto turístico)?

¿Crees que los empresarios del estado de Sonora estén capacitados para cubrir las expectativas del cliente LGBTTTI, si prejuicios ni discriminación al mercado LGBTTTTI?

Has tendido deseos de expresar tus afectos en público, en algún lugar que oferte servicios turísticos?

¿Te has limitado? ¿Porque?

¿En Sonora te sientes seguro libre de intimidación y amenazas por tu orientación sexual?

¿Si te sientes discriminado, que haces? Haces valer tus derechos? A dónde acudes?

Crees que Sonora sea un estado a favor los derechos civiles de los LGBTTTTI?

¿Conoces organismos que defiendan tus derechos humanos ante una discriminación por tu identidad sexual?

Algo más que quieras comentar

Edad:

Situación sentimental:

Nivel socio económico

5,000.00 a 15000.00

15,001.00 a 30,000.00

30,001.00 a más

ANEXO 3

Codificación, de la entrevistas a prestadores de servicios turísticos.

Significados de Sexualidad y género	Concepto de sexualidad			
	Concepto de heterosexualidad			
	Concepto de Homosexualidad	Estilo de Vida		
		Práctica Sexual		
		Normalidad Social		
		Desviación		
Influencias Religiosas		la homosexualidad ante Dios es		

			anatema	
		No sabe		
		Es una tendencia de querer a alguien del mismo sexo		
Causas de la Homosexualidad		Influencia de la figura femenina		
		Genética		
		Por el pecado		
		Por Naturaleza		
		Por decisión personal		
		Libertinaje/vaquetones, que les gusta "la cosa"		
		No sabe/ no tiene idea		
		Por violaciones		
	Identidades y orientaciones sexuales		Lesbiana Utilizar connotaciones culturales a construcción particular (machorra)	
		Gay El que se viste de mujer El que le gustan los hombres El que es homosexual El operado		
		Bisexual	Indefinido vaquetón	
		Transexual		
		Transgénero		
		Travesti		
		Intersexual		
Estereotipo de género, prejuicio, y discriminación			Estereotipo por género	
			Prejuicio	
		Discriminación.	Concepto de discriminación	
			Discriminación por género	
			Agentes promotores de la discriminación	
	Actos de discriminación			

			Reacción ante los actos de discriminación
	Homofobia	El prestador de servicios turístico del estado de Sonora reconoce que vivimos en una sociedad homofóbica	
		Morbo social hacia lo diferente	
	Violencia simbólica		
	Evolución social: hacia una integración social de la disidencia sexo-genérica		
	Valores de los prestadores de servicios hacia la sexualidad y el género		
	Actitudes de los prestadores de servicios hacia la sexualidad y el género	Dirección negativa	Cognitiva Afectiva Conductual
		Dirección positiva	Cognitiva Afectiva Conductual
		Cambios paradigmáticos de actitudes negativas a positivas	Por la interacción social con personas de la comunidad LGBTTTI. Por los cambios de paradigmas en el seno familiar Por los medios masivos de comunicación Porque los gay están saliendo del closet
Prácticas de los prestadores de servicios y las	Discurso de la Normalidad	los clientes homosexuales son clientes normales	

lógicas de hacia el turista disidente del sistema sexo y género	Oferta de Servicio	Es una oferta igual para heterosexuales y homosexuales	
	Protocolos de Atención		
	Capacitación para la atención al Turismo LGBTTTI		
	Conocimientos de actividades lgbtti de la localidad		
	Oferta laboral para las personas lgbtti		
Conocimientos generales de la modalidad del turismo LGBTTTI	Conocimiento de la modalidad del turismo LGBTTTI por parte del prestador de servicios turísticos del estado de sonora.		
	Identidad como empresa gay friendly		
	Sonora listo para promover el turismo LGBTTTI		

