

---

# *Puerto Vallarta y el turismo gay*

Patricia Eugenia Medina Covarrubias  
Roberto Rodríguez Carranza  
*Universidad de Guadalajara*

El término turismo gay en el ámbito académico se utiliza para ubicar los viajes de hombres que tienen prácticas homoeróticas<sup>1</sup> y que han sido considerados, en términos de la mercadotecnia turística, en un segmento de reciente creación denominado “Turismo rosa”. Este concepto alude a hombres que viajan en el contexto de un segmento especializado y reconocido en la industria turística, que consume servicios especializados e interactúa en espacios que se han ido conformando, en un tiempo y lugar específico, con importantes implicaciones socio espaciales en la localidad receptora.

El presente análisis se centra en la construcción de una historiografía que permita identificar los procesos que generaron la construcción de espacios para la homosocialización, así como los actores implicados en los mismos, incluyendo un espacio emblemático en una de las zonas de mayor actividad económica de Puerto Vallarta, que la ha posicionado como uno de los principales destinos para este mercado consumidor de servicios turísticos, ya que en esta se ha conformado un espacio especializado para un segmento de mercado producto de la globalización: el turismo gay.

Las fuentes consultadas fueron tanto de tipo documental como entrevistas con informantes clave, e iniciamos con la identificación del primer espacio de interacción entre habitantes locales y “turistas”.

1. Álvaro López y Anne Van Broeck. *Turismo y sexo en México. Cuerpos masculinos en venta y experiencias homoeróticas*. México: UNAM, Instituto de Geografía, 2013.

2. Catalina Montes de Oca. *Puerto Vallarta en mis recuerdos*. México: Universidad de Guadalajara, Centro Universitario de la Costa, 2001, p. 47.

3. Carlos Munguía Fregoso. *Panorama Histórico de Puerto Vallarta*. Guadalajara: Secretaría de Cultura del Gobierno de Jalisco, 2003.

4. El Hotel Océano antes se llamó Hotel Gutiérrez y fue adquirido en 1955 por un norteamericano.

*La Playa de “Los Muertos” primer espacio de esparcimiento y contacto entre locales y fuereños*

Remontándonos a los años veinte del siglo pasado, el recién creado municipio de Puerto Vallarta empieza a perder su aislamiento, cuenta con una carretera que conecta al Puerto con Mascota –antes camino de herradura–, lo que permitió un mayor flujo de visitantes, sobre todo en el mes de mayo cuando llegaban procedentes de la zona minera de la sierra de Talpa-Mascota. Refiere Catalina Montes de Oca<sup>2</sup> que numerosos grupos de familias llegaban para pasar varios días hospedándose en casa de familiares o amigos y visitar el “balneario de Los Muertos”, transformando la tranquilidad del lugar en una zona de bullicio.

En 1942 se promueven los primeros vuelos internacionales que movilizaban turistas de Estados Unidos hacia Puerto Vallarta, de tal manera que para mediados de los años 50 empieza a llegar un mayor número de turistas extranjeros, la gran mayoría jubilados.<sup>3</sup> Este movimiento de turistas jubilados dio origen a una zona residencial a lo largo de la ribera norte del Río Cuale, a la que llamaron “Gringo Gulch”.

En esta misma época inicia operaciones la Compañía Mexicana de Aviación, conectando a Puerto Vallarta con Guadalajara y otras poblaciones de la república y del extranjero.

*Los primeros espacios de socialización homoerótica en Puerto Vallarta 1960-1970*

Desde los años cincuenta, Vallarta se convierte en el sitio preferido de personalidades del arte y la cultura tanto mexicanos como extranjeros, quienes arribaban por vía aérea; el lugar de encuentro era el Hotel Océano que se encontraba ubicado frente al Malecón, muy cercano a la Presidencia y a la Plaza Municipal.<sup>4</sup>

De acuerdo con información obtenida en campo, este fue el primer lugar de encuentro entre turistas gays

y hombres de la localidad, aunque cabe aclarar que los “locales” en su mayoría eran jóvenes provenientes de otras partes de la república que llegaban con la intención de relacionarse sentimentalmente con algún hombre extranjero que los ayudara a emigrar fuera de México. Este pasaje coincide con la explicación que hace Cantú,<sup>5</sup> según la cual los varones gais mexicanos encuentran en el turismo sexual una oportunidad para viajar al extranjero, mejorar sus condiciones de vida y vivir en un ambiente de mayor tolerancia y aceptación de su condición homosexual. Según el relato de Héctor,

...lo importante era el trato, porque se veía una aceptación y todo eso. Era un punto de encuentro entre nacionales y extranjeros. Porque decían: –Quiero conocer a un gringo para irme a Estados Unidos o a Canadá.

...porque veían un mejor nivel de vida. Hubo muchos que se fueron a Estados Unidos para estar en pareja...<sup>6</sup>

Durante las décadas de los 60 y los 70 se intensificó la llegada de turistas extranjeros, principalmente norteamericanos y canadienses y se popularizó el espacio residencial llamado “Gringo Gulch”, situado a la orilla del Río Cuale en su parte norte. Los entrevistados relatan que se realizaban grandes fiestas que duraban inclusive varios días. Los hombres jóvenes de la localidad eran invitados a estos festines donde departían con los hombres extranjeros. Jorge relata, “era la época del rock, sexo y drogas, bebíamos alcohol, consumíamos droga y teníamos sexo con los gringos, había de todo, hombres, mujeres, jóvenes y hombres mayores”.

En la década de los 70 la zona de encuentro se extiende hacia el área de Conchas Chinas, donde los extranjeros con mayor poder adquisitivo construyeron sus residencias, a la vez que se empieza a popularizar la Playa de Los Muertos como el sitio de encuentro sexual entre hombres locales y extranjeros, ubicada al final de la playa, frente a la zona denominada “El Púlpito” y a la que ellos llamaron “La playa del amor”.

5. Lionel Cantú. “De ambiente: queer tourism and the shifting boundaries of Mexican male sexualities”. *GLQ: A journal of lesbian and gay studies*. Durham: Duke University, vol. 8, núms. 1-2, 2002, pp. 139-166.

6. Relato de Héctor.

7. Howard Hughes. "A gay tourism market: Reality or illusion, benefit or burden?" *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, Philadelphia, vol. 5, núms. 2-4, pp. 57-74.

8. Relato de Luis.

9. Alfonso Baños. "Segregación residencial en el espacio turístico de Puerto Vallarta, Jalisco: 2001-2007". Guadalajara: Universidad de Guadalajara, CUAAD, 2009 [tesis de doctorado] <http://148.228.173.140/topofiliaNew/assets/tesis-doc-banos.pdf> consultado 30 mayo 2014.

Existen referencias de que Puerto Vallarta desde los años 60 ya era reconocida en el extranjero como "playa gay",<sup>7</sup> ya que cada día era más creciente la demanda de espacios de socialización gay. Para finales de los 70, en la zona del Malecón ya se identificaban lugares especializados, aunque eran mixtos (heterosexuales y homosexuales); la mayoría de las personas, turistas y locales, los identificaban como espacios de socialización gay. Se localizaban en una pequeña franja frente al Malecón, en la zona más urbanizada en ese momento.

En 1979 me contaban que allí donde está el caballito, en el malecón, estaba El Piano y Los Balcones, bares y centros de reunión gais... y el hotel Océano –un hotel gay–, que estaba casi enfrente de la presidencia. Eran lugares muy austeros, con un solo mesero para atender a los que llegaban, tenían mesas de madera de pino o de cervecería...<sup>8</sup>

Los entrevistados refieren que si bien existía la homofobia, a las personas heterosexuales que acudían a estos bares y discotecas no parecía incomodarles su presencia. De hecho tenían espacios específicamente destinados sólo para personas gais. Cabe resaltar que si bien existía un grado de aceptación social hacia la condición homosexual, permanecía una fuerte condena social, de tal manera que algunos jóvenes que se manifestaban abiertamente homosexuales no eran contratados en los sectores de actividades comerciales tradicionales; por lo que se emplearon principalmente en bares y centros de ocio nocturno para público heterosexual, cuyos dueños no tenían ningún problema para contratarlos. Esta situación, a la larga favoreció una mayor asistencia y demanda por parte de los turistas gais.

En el transcurso de la década los 70 y principios de los 80 en Puerto Vallarta se registran los primeros pasos hacia la masificación turística desde el modelo de sol y playa.<sup>9</sup> Aparecen en escena cadenas hoteleras, líneas aéreas y tour-operadoras, destinando fuertes

inversiones principalmente hacia la zona norte. Si bien en la zona de Los Muertos (el lado sur del río Cuale) también se erigían hoteles, éstos eran de menor capacidad y más modestos.

Es así que se dio un crecimiento vertiginoso tanto en términos de infraestructura turística, como en los procesos de urbanización. Sin embargo, sólo se vio beneficiada la parte norte de la ciudad. Y *los del otro lado*, como se referían en épocas anteriores, el lado sur de la Ribera del Río Cuale, quedaron en el olvido. Lo que provocó la aparición de zonas de prostitución, cantinas de mala muerte y precariedad habitacional. A pesar de lo cual continuaba siendo espacio de interacción homoerótica entre turistas extranjeros y hombres locales.

Con el tiempo esta zona sur de Vallarta se fue consolidando como un espacio de diversión nocturna, donde aparecieron lugares de espectáculos travestis frecuentados por parejas heterosexuales que veían a este tipo de shows como la novedad de aquellos años, que además proporcionaba momentos de esparcimiento al final de un día agotador de trabajo en la hotelería.

...había un bar que se llamaba El Pirata. Era un bar heterosexual, pero de tiempo en tiempo tenía shows travestis... Empezó a convertirse en punto de reunión. El mesero los atendía bien y nadie los molestaba. Los propietarios eran mexicanos. Y empezaron a ver que tenía mucho potencial...<sup>10</sup>

Los relatos coinciden con la mayoría de las entrevistas, donde se afirma que esta zona empezó a salir del abandono a partir de la aparición de centros de espectáculos nocturnos, donde artistas locales desplegaban sus talentos para divertir inicialmente a la gente del lugar. Sin embargo, los que empezaron a tener mayor éxito fueron los *shows travestis*, al ser de la preferencia tanto del público heterosexual, que eran los asistentes originarios, como para los nuevos clientes homosexuales.

10. Relato de Humberto.

Hacia finales de los 70 destacan en esta zona de Vallarta dos espacios de diversión nocturna: *Los Apaches* y *El Pirata*, con una mayoría de asistentes turistas gais, quienes fueron identificando estos lugares a partir de las recomendaciones de boca en boca, al carecer en ese momento de una estrategia de mercadotecnia por parte de los prestadores de estos servicios; lo cual se podría explicar por dos situaciones:

1. La comunidad gay no era lo suficientemente visible ni aceptada por la mayoría de la población como para anunciarse abiertamente hacia ese público.
2. No existían entidades empresariales ni gubernamentales que impulsaran esta actividad y mucho menos a nivel internacional. Por lo que los usuarios eran turistas en su mayoría hombres de edad y jubilados, que desde años atrás reconocían esta zona, incluyendo la Playa de Los Muertos como “su espacio” de esparcimiento.

A partir de lo anterior, se puede concluir que Puerto Vallarta se encuentra en el mapa de los viajeros gais, en coincidencia con la apuesta del gobierno para promover los destinos de sol y playa, facilitando una infraestructura incipiente que permitiera la llegada de turistas extranjeros. Un hecho referido por los informantes, es la filmación de la película “La Noche de la Iguana” con la cual, como parte de la producción, llegaron hombres gais quienes a través de un “boca en boca” promovieron este lugar en la comunidad gay norteamericana, quienes colaboraron en dar a conocer a Vallarta como destino turístico gay. Según relata Juan, “desde el boom de Elizabeth Taylor se denominó como una zona gay y ahora en pleno siglo veintiuno somos el puerto más importante del Pacífico y del continente, después de San Francisco, en América Latina no hay quien nos gane”.

## *La institucionalización de espacios de interacción gay*

En la década de los ochenta Puerto Vallarta presentó un proceso de *masificación turística en expansión*,<sup>11</sup> caracterizado por un crecimiento importante en el ámbito turístico, urbano y poblacional. A la vez que se construyeron algunos de los hoteles más importantes de esa época, se creó el desarrollo Marina Vallarta. Con respecto a esto, Baños menciona que este fue un proyecto que vino a replantear la práctica urbanística y arquitectónica local.<sup>12</sup>

A la par empezaron a proliferar espacios de socialización nocturna exclusivos para clientes gays en la zona de Los Muertos. Los lugareños mencionan que, junto con el auge turístico, se empiezan a conformar espacios para la diversión y el esparcimiento de los turistas de orientación homosexual. En la zona del Malecón, el Hotel Océano, los bares El Piano y Los Balcones continuaban prestando servicios mixtos, pero siguió aumentando el desplazamiento hacia la zona sur; la parte vieja de Vallarta y el núcleo original de población.

Esta zona se convirtió en la preferida por ser un espacio aislado, que permitía manifestar su condición sin temor al rechazo o padecer persecución policíaca (como era el caso de los hombres locales que interactuaban con los turistas). Para mediados de los ochentas en esta zona se empezó a ubicar una serie de bares exclusivos para turistas gays, donde además, los ciudadanos extranjeros adquirieron propiedades a bajos precios y empezaron a transformar la zona a través de un proceso de gentrificación; pues no sólo aumentaron los espacios de esparcimiento, sino que se realizaron obras de rehabilitación sobre todo en edificios y casas-habitación, modificando el paisaje urbano y nombrando esta zona como “La Zona Romántica”.<sup>13</sup>

Los entrevistados refieren también que se observó un cambio de actitud entre la población, quienes atribuyen a los extranjeros gays los beneficios aportados

11. Baños, *op. cit.*

12. *Idem.*

13. También conocida como “El viejo Vallarta”; pero actualmente “Zona Romántica” se ha convertido en una marca que representa “distinción” y en la cual se localiza el mayor número de propietarios gays.

14. Relato de Heriberto.

al “darle forma y vida a la zona Romántica... No hay que olvidar que Puerto Vallarta vive su época de auge turístico gracias a la zona gay”.<sup>14</sup>

Durante este decenio Puerto Vallarta tuvo su mejor etapa en cuanto a crecimiento turístico y urbanístico, a la vez que se ubicó internacionalmente como un destino para las vacaciones y residencias temporales de turistas gais extranjeros. Pero no sólo estaba ya en las preferencias de los turistas, sino que también las tour operadoras y empresas organizadoras de eventos de corte internacional para el público gay, posaron su mirada en Puerto Vallarta, lo que contribuyó de manera importante en su conversión como lugar de destino masivo de este sector de la población.<sup>15</sup>

15. En el año de 1983 se creó la “International Gay and Lesbian Travel Asociation”, IGLTA, una empresa internacional que agrupa agencias de viajes de todo el mundo que promueven vacaciones, festivales y eventos exclusivos para la población gay.

Dichas agencias se encargaron de promover a México como un destino exótico, con hombres hipermasculinizados, y espacios exclusivos para los vacacionistas gais,<sup>16</sup> contribuyendo con la llegada de grandes contingentes de viajeros procedentes de los Estados Unidos.

16. Cantú, *op. cit.*

Estos acontecimientos sentaron el precedente para que, a partir de mediados de los 90 y hasta ahora, se configure un espacio especializado para el público gay, que atiende las necesidades de diversión, esparcimiento y de diversa índole; impactando de manera importante la vida urbana de Puerto Vallarta.

En la zona romántica no sólo hay bares, hoteles, estéticas, etcétera para clientes gais, sino también viviendas habitadas por ellos; sea de manera temporal o como residentes, lo cual ha contribuido a la formación de una especie de distrito gay en Puerto Vallarta. Muchos extranjeros compraron propiedades allí y transformaron el espacio. Además, lo que allí se hace se lleva a cabo en función de los clientes gay. Actualmente los turistas gais llegan a Puerto Vallarta con su pareja, ya no es como antes que llegaban solos y buscaban una pareja. Y tienen un poder adquisitivo más alto que el de las parejas heterosexuales.<sup>17</sup>

17. Relato de Juan.



## *Los noventas y el surgimiento de infraestructura turística para la comunidad gay*

Se observa un aumento en la demanda de turistas de orientación homosexual en esta zona en la década de los noventas. Sobresale el lugar conocido como *Blue Chairs*, que inicialmente era un bar frente a la playa. Posteriormente se construyó un hotel que se convirtió en emblemático para este sector turístico. Aparece el concepto “turismo LGBT”<sup>18</sup> que buscaba englobar como mercado a todas las sexualidades disidentes o no heterosexuales; pero en términos mercadológicos se le sigue llamando “Turismo gay” o “turismo rosa” de una manera reduccionista y pragmática.

En este proceso de institucionalización de las sexualidades diversas y de reivindicación de sus derechos —entre ellos el derecho al ocio y la recreación—, aparecen instancias internacionales que se erigen como mecanismos reguladores de los negocios del turismo en los países receptores, estableciendo una serie de condiciones mínimas para obtener el reconocimiento y la certificación como establecimiento especializado en el mercado gay o “gayfriendly”. Una de ellas es la International Gay and Lesbian Travel Association (IGLTA).<sup>19</sup>

Aparecen hoteles certificados por dicha compañía como “gayfriendly” —el *Blue Chairs* y el *Mercurio*— y se anuncian como “hoteles cuyos dueños son gais, sus empleados son gais para atender público gay”.<sup>20</sup> De igual manera se amplía la oferta de espacios de diversión nocturna, los primeros en certificarse fueron el “Paco Paco” y “Paco’s Ranch”; centros nocturnos especializados en shows trasvestis, que en su tiempo fueron muy populares tanto entre turistas, como población local. Asimismo, dichos centros fueron importantes fuentes de empleo para hombres gais, trasvestis y transexuales que, por su condición, no eran contratados en otros lugares.<sup>21</sup>

18. Lesbian-gay-bisexual-transexual. En 1992 se fundó en Australia la compañía Out Now Consulting enfocada a estrategias de comunicación y ha desarrollado el programa de investigación de mercados más completo; es la que introduce en las estrategias mercadológicas mundiales el concepto LGBT con la finalidad de ampliar las ofertas de mercado.

19. Surgida en 1983, como ya se dijo, pero en los noventa se constituyó además como certificadora de empresas *gayfriendly*.

20. Cfr. página web del hotel [www.hotel-mercurio.com](http://www.hotel-mercurio.com)

21. Si bien la población aceptaba a los turistas, pero los gais y sobre todo los transexuales, no eran muy aceptados, mucho menos cuando sus actitudes eran muy evidentes, por lo que las fuentes de trabajo eran muy escasas.

Sin embargo, al tiempo que aumentaba esta demanda turística surgió en Puerto Vallarta una movilización de protesta por parte de un grupo de personas de la localidad, quienes conformaron una agrupación a la que denominaron “Familias Vallartenses”. Mediante una serie de escritos, dirigidos tanto a las autoridades municipales como a las federales, solicitaban su intervención para que no se permitiera el ingreso a “este tipo de turistas”, a los que les atribuían una serie de problemáticas tales como el aumento en la incidencia de VIH-SIDA y la explotación sexual infantil. De tal suerte que durante los años 1999 y 2003 se suscitaron enfrentamientos entre estos ciudadanos, los empresarios y las autoridades locales. Al paso de los años esta actitud fue cambiando y Puerto Vallarta continuó posicionándose como uno de los principales destinos gay internacionales.

Fue en el trienio del presidente municipal Fernando González Corona (1995-1997)<sup>22</sup> cuando se dio una mayor apertura y apoyo a los empresarios, tanto locales como extranjeros para promover a Vallarta en el mercado turístico gay, a través de diversas acciones, entre ellas: facilitar los permisos necesarios para la apertura de negocios *gayfriendly*, mejorar la infraestructura urbana de la Zona Romántica y apoyar su promoción turística.

En esos años llegó a Puerto Vallarta el primer crucero gay con turistas norteamericanos y canadienses. Entre las actividades de recibimiento se realizó el primer desfile del orgullo gay en Puerto Vallarta, tanto turistas como gais locales salieron a las calles a manifestar “el orgullo”, lo que no fue bien recibido por la ciudadanía, ocasionado que en los años siguientes se suspendiera la llegada de estos cruceros, al igual que dichos desfiles. Sin embargo, tanto la oferta como la demanda continuaron en aumento, a la vez que se fue consolidando una comunidad de extranjeros gais, que fijaron su residencia tanto en la zona tradicional del Viejo Vallarta como en la zona de Amapas y Conchas Chinas, estas últimas con una alta plusvalía.

22. Fue el primer presidente municipal del Partido Acción Nacional y es uno de los empresarios hoteleros más importantes de Puerto Vallarta.

Una parte de la comunidad gay local también se fue fortaleciendo en términos tanto económicos como organizativos, siendo uno de los principales factores el hecho de que la mayoría de ellos eran dueños de establecimientos gayfriendly. Esto les confería un estatus socioeconómico y una posición privilegiada en los círculos empresariales de la localidad. Por otro lado, establecieron alianzas con los residentes extranjeros gays, facilitándoles una capacidad de agencia para negociar, tanto con las autoridades como con los vecinos de la zona y lograr un posicionamiento que rendiría sus frutos en los próximos años.

Al final de la década de los noventa, las alianzas anteriormente descritas y las gestiones realizadas, dieron lugar a dos hechos importantes que impactarían positivamente a este empresariado, favoreciendo un mayor margen de acción para expandir los negocios LGBT: a) se afianza su capacidad organizativa al crearse la “Asociación de Colonos de la colonia Emiliano Zapata, sector poniente”; y b) aprobación del Plan Parcial de Desarrollo Urbano “Los Muertos”.

La creación de la Asociación de Colonos, les permitió contar con una representación legal para gestionar apoyos en las mejoras de infraestructura urbana de la zona, a la vez que daba una idea de unidad entre los dueños de negocios y residentes de la comunidad gay y el resto de los habitantes de esta zona. Por otro lado, la aprobación del Plan Parcial de Desarrollo Urbano “Los Muertos” les permitió contar con un plan de ordenamiento donde quedarán definidos los vocacionamientos del uso de suelo, así como las acciones a implementar para el mejoramiento de la zona (véase tabla 1 y plano 1). En este Plan se establecen los límites de la zona:

**Tabla 1.  
Propuesta de acción urbana derivada del Plan Parcial de Desarrollo Urbano “Los Muertos”**

acciones		responsables	plazos		
			CP	MP	LP
<b>1. Planeación del desarrollo urbano</b>					
1.1	Aprobación del Plan Parcial de Desarrollo Urbano “Los Muertos”	Ayuntamiento	X		
1.2	Aplicar las políticas de control del Desarrollo Urbano que se determinen dentro del Plan Parcial de Desarrollo Urbano “Los Muertos”	Ayuntamiento	X		
1.3	Optimizar la redensificación en el área urbana, promoviendo el aprovechamiento de baldíos y fincas abandonadas	Ayuntamiento	X		
<b>2. Suelo urbano y reservas territoriales</b>					
2.1	Adquirir suelo para ubicar el equipamiento regional	Ayuntamiento del Gobierno del Estado	X	X	
2.2	Adquirir suelo para estacionamientos públicos	Ayuntamiento Iniciativa Privada	X	X	X
<b>3. Infraestructura</b>					
3.1	Modernización del sistema de agua potable	Ayuntamiento		X	
3.2	Modernización del sistema de drenaje	Ayuntamiento		X	
3.3	Modernización del sistema de alumbrado	Ayuntamiento		X	
<b>4. Vialidad y transporte</b>					
4.1	Solución para ligar la zona de Los Muertos con el malecón	Ayuntamiento		X	
4.2	Sistema de transporte turístico	Ayuntamiento del Gobierno del Estado		X	
4.3	Construcción de estacionamientos públicos	Ayuntamiento Iniciativa Privada	X	X	X
4.4	Estudio para zonas peatonales	Ayuntamiento		X	
<b>5. Equipamiento urbano</b>					
5.1	Equipamiento turístico	Ayuntamiento del Gobierno del Estado		X	
5.2	Reubicación de centros escolares a zonas habitacionales	Ayuntamiento del Gobierno del Estado		X	X
<b>6. Patrimonio Histórico e Imagen Urbana</b>					
6.1	Normatividad para la fisonomía e imagen urbana	Ayuntamiento	X		
<b>7. Participación de la Comunicad</b>					
7.1	Programa de reforestación de banquetas	Ayuntamiento	X	X	
7.2	Programa de mejoramiento de fachadas	Ayuntamiento	X	X	

Fuente: H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta, 1999.

## Plano 1. Delimitación Zona “Los Muertos”



Fuente: Elaboración propia con base en cartografía.  
Dirección de Desarrollo Urbano.

al norte limita con el Río Cuale, al este la calle Insurgentes, al sur la carretera a Barra de Navidad y la calle Púlpito y al oeste la servidumbre Federal de la playa, siendo clasificada como de “Usos Mixtos 2”.<sup>23</sup>

Esta acción del Ayuntamiento permitió establecer las regulaciones necesarias para conformar un espacio con servicios especializados para el turismo gay, pero en realidad se trataba de darle certeza jurídica a los empresarios e inversionistas que le apostaban a esta zona para convertirla en “La pequeña San Francisco”,

23. H. Ayuntamiento de Puerto Vallarta. *Plan Parcial de Desarrollo Urbano “Los Muertos”*, 1999, p. 3.

como se le refería en la publicidad extranjera o “el paraíso gay”, como se mencionó líneas arriba. Si bien este espacio ya contaba con una tradición turística gay, con el advenimiento del siglo XXI y sobre todo en los últimos trece años, se ha observado un posicionamiento importante de Puerto Vallarta en el mercado global del turismo LGBT, con una diversidad de oferta turística, de establecimientos comerciales y de servicios que está impactando de manera importante en el espacio socialmente construido.

*Puerto Vallarta en el mercado internacional del turismo gay, 2000-2013*

Los primeros trece años del presente siglo transcurrieron con mejores perspectivas para los negocios LGBT y la Zona Romántica vivió una etapa de renacimiento, por decirlo de alguna manera. El equipamiento urbano se rehabilitó, se realizaron obras públicas importantes que favorecerían la comunicación de esta zona con el resto de Puerto Vallarta, tales como la ampliación del Malecón y la reconstrucción del muelle de Los Muertos. Intentando convertirse en un icono de Vallarta que la revelaría ante el mundo como la ciudad moderna e integrada a los esquemas de la globalización.

De igual manera, el sector inmobiliario invirtió en la construcción de grandes edificios, al igual que en otras zonas de Vallarta como parte del proyecto de desarrollo de vivienda secundaria. Aparejado a esto, la Zona Romántica también se transformó, pues ya no solamente era zona de esparcimiento nocturno, también se convirtió en un lugar que ofrecía una diversidad de servicios exclusivos para el colectivo gay durante el día; tales como comercios, cafeterías, restaurantes, servicios profesionales, inclusive servicios comunitarios de apoyo a población LGBT en situación de riesgo por VIH, entre otros, otorgando mayor visibilidad a este sector de la población.

Por otro lado, la comunidad gay volvió a tomar las calles. Desde el año 2005 se realizan diversos eventos

en la vía pública, tales como “La marcha del orgullo gay”, “La marcha contra la homofobia”, “La vigilia por la lucha contra el VIH-SIDA”, entre otros. Vale la pena mencionar que durante los años 2005-2009 el gobierno municipal sólo les concedió permiso para realizar estos eventos dentro de la periferia de la Zona Romántica, pero a partir del 2010, estas marchas se llevan a cabo en la principal avenida y culminan en el espacio público más emblemático de Puerto Vallarta tanto para los locales como para los turistas: Los Arcos del Malecón.

### Imagen 1. Marcha del orgullo gay



Fuente: Patricia Medina, 2015 y 2016.

### *Las alianzas con instancias internacionales y las primeras cifras oficiales*

En el primer recuento historiográfico, se pudo observar que el proceso de construcción social del espacio gay en Puerto Vallarta, inicia con los primeros encuentros furtivos entre turistas extranjeros –norteamericanos principalmente–, y hombres de la localidad. En donde los espacios de homosocialización eran los mismos

lugares utilizados por el turismo tradicional y los encuentros sexuales se llevaban a cabo en la zona más apartada de la ciudad: el extremo sur de la Playa de los Muertos.

Esta circunstancia fue aprovechada por los empresarios locales, quienes hicieron adaptaciones en sus negocios, para permitir estos encuentros homoeróticos, sin provocar la desaprobación social. Desde esa lógica transcurrieron los primeros 30 años, es decir, los espacios se fueron adaptando en función de las demandas de un mercado emergente y al mismo tiempo surgió un nuevo empresariado, el cual de manera rudimentaria diseñaba sus propias estrategias para atender estas demandas.

Posteriormente, en esta lógica se insertan las comunidades gais locales, participando algunas como usuarios de estos negocios y otros convirtiéndose en propietarios, quienes desarrollaron acciones organizativas. Que les permitieron establecer alianzas con la propia comunidad y con los gobiernos locales, dando por resultado diversas formas de ordenación de esa porción del territorio y mejorar la infraestructura urbana. Por otro lado, a partir del 2005 la comunidad gay, integrada por residentes locales y extranjeros, logra tomar las calles de manera pacífica, a través de la organización de diversos eventos a favor de los derechos y el respeto a la diversidad.

Finalmente, a partir del segundo decenio de este siglo, sobresale de manera importante, en el contexto de los procesos de globalización, la participación de los empresarios locales, con las diversas instancias internacionales que regulan y capacitan a dueños y empleados de negocios, para insertarse como empresas competitivas en el mundo del mercado gay. Así como la generación de datos duros en relación al comportamiento de este sector de la población, como un mercado consumidor de productos y servicios especializados, entre ellos los viajes. A continuación, se presenta un recuento de las distintas acciones y resultados producto de estas alianzas.

En el año 2011 se llevó a cabo por primera vez en México la *International Expo and Business LGBT* y la



sede fue Puerto Vallarta. Por segunda ocasión en 2014 regresó la sede a esta ciudad. El objetivo de este evento fue convocar al encuentro de empresas del sector turístico, similar al Tianguis Turístico, con la finalidad de que los prestadores de servicios conozcan al segmento LGBT, en relación a su potencial económico, maneras de hacer turismo, así como establecer reuniones de negocios entre agencias de viajes, tour operadoras, empresas hoteleras, etcétera. En tal encuentro se mencionó que después de Brasil, México es el segundo país en Latinoamérica donde el mercado LGBT significa ingresos anuales importantes, en este caso por 67 mil millones de dólares.<sup>24</sup>

Cabe resaltar que la primera reunión fue una iniciativa exclusivamente de empresarios del sector turístico gay; pero a partir de la tercera reunión, en 2013 cuya sede fue Guadalajara, se contó con el apoyo del Gobierno del Estado de Jalisco a través de la Secretaría de Turismo y de la Oficina de Convenciones y Visitantes de la Ciudad de Guadalajara.

La Agencia *Out Now Consulting* ha dado a conocer resultados de un estudio mercadológico sobre las preferencias de viaje de turistas norteamericanos, en el que destaca que Puerto Vallarta es el tercer destino seleccionado, con el 14% de las preferencias, en segundo lugar se encuentra la ciudad de México –17%– y en primer lugar Cancún con el 24%, de un total de 5 millones de turistas que visitan a México cada año. Por otro lado, este estudio menciona que 3 de cada 10 hoteles de Puerto Vallarta están orientados a la comunidad gay. Los turistas gais aportan 46 millones de dólares al año, de los cuales Puerto Vallarta capta el 15%, estimándose un crecimiento anual del 10%. Esta agencia reportó que en 2013 viajarían 15 millones de turistas norteamericanos y realizarían un gasto de 15 mil millones de dólares.

Al considerar la importancia económica de este segmento, en 2014 la Cámara de Senadores aprobó una iniciativa que instruyó a la Secretaría de Turismo a la creación de una subsecretaría enfocada a la atención de este segmento. A partir de entonces se ha intensificado la participación del Gobierno en la promoción de México

24. OutNow Global LGBT2020.

mediante una serie de estrategias, entre las más destacadas están: una sección especial en la página web de la SECTUR dirigida a este segmento, así como promoción en las redes sociales a través del hashtag #MéxicoFriendly.

A partir del año 2011 la Organización Mundial del Turismo genera datos e información relativa al turismo LGBT. En la reunión anual de la Feria Internacional del Turismo (FITUR), el segmento mencionado participa no sólo como asistente sino que ya cuenta con su propio pabellón. Los datos emitidos por la OMT son los siguientes: la comunidad LGBT está integrada por alrededor de 180 millones de personas en el mundo, durante 2011 generaron el 10% del gasto turístico mundial y gastaron 165 mil millones de dólares a través de paquetes de viaje y diversas actividades. Otras cifras emitidas por la Secretaría de Turismo del gobierno federal, mencionan que en 2011 llegaron a nuestro país 3 millones de turistas y para 2013, 5 millones. Cada turista gastó alrededor de 2,500 dólares, frente a 780 dólares que gastaron los viajeros tradicionales. Asimismo, mientras que el número de viajeros tradicionales crece 4.7% anualmente, el turismo gay crece a un ritmo del 10%.<sup>25</sup>

25. Agencia de noticias NotiESE.  
Publicación electrónica, 2013.

### *A manera de conclusiones*

Se puede concluir que con el advenimiento del nuevo milenio se han visto fortalecidas las acciones de posicionamiento de una comunidad gay globalizada, convertida en mercancía de alto valor, sobre todo para los países que, como México, están pasando por severas crisis económicas a partir de la baja en los precios del petróleo y el descenso de turistas extranjeros en el mercado tradicional. Por lo tanto el turismo gay se ha convertido en la tabla de salvación para el ingreso de divisas a nuestro país. Esto ha traído por consecuencia que, en el caso de Puerto Vallarta, se haya intensificado la inversión en infraestructura tanto turística como urbana, impactando en el paisaje de la ciudad. Es por ello que se requiere profundizar en las implicaciones sociales y culturales de este fenómeno en la población local.