

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

Una perspectiva espacial

Álvaro López López*

Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad de México, México

Oswaldo Gallegos Jiménez**

Universidad del Caribe - Cancún, México

Gino Jafet Quintero Venegas***

Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad de México, México

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

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

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

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

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

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

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

INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

EL RITUAL DEL SERVICIO SEXUAL MASCULINO EN LA ZONA ROSA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

PRÁCTICAS E IDENTIDADES DE LOS SEXOSERVIDORES DE LA ZONA ROSA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CONCLUSIONES

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

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

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

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

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

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

Recibido el 09 de febrero de 2015

Reenviado el 15 de marzo de 2015

Aceptado el 25 de marzo de 2015

Arbitrado anónimamente