

## Complejizar los estudios en turismo: el turismo LGBT como modalidad turística en Argentina<sup>1</sup>

*Tourism studies become more complex: LGBT tourism as a touristic form in Argentina*

**José Ignacio Larreche**\*

Universidad Nacional del Sur. Departamento de Geografía y Turismo, Bahía Blanca, Argentina  
Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina

### **Resumen**

El turismo y las sexualidades no heterocentradas han sido dos asuntos poco confrontados en el ámbito nacional desde los estudios académicos. El objetivo principal de este artículo es presentar un recorrido iniciático que sirva de plataforma en la relación de la práctica turística y la consigna LGBT desde sus alcances conceptuales y espaciales, planteando disparadores para nuevas interpretaciones e interpelaciones.

Como resultado, el turismo LGBT se presenta como un tema de gran potencialidad analítica de cara a comprender los esquemas culturales de las comunidades receptoras, sus sedimentaciones con los destinos de naturaleza metropolitana y los desequilibrios que, detrás de esta modalidad, se producen hacia adentro del colectivo. Con esto, no se niega el rédito económico que ésta pueda representar, sino que se busca realzar el papel que puede desplegar como puente social, por lo menos, para el caso argentino.

**Palabras clave:** turismo LGBT, estudios turísticos, perspectiva crítica, modalidad-puente, destinos nacionales.

### **Abstract**

*Tourism and non-heterocentrated sexuality have little been confronted at a national level from an academic perspective. The main objective of this manuscript is to provide an initial walk that serves as a platform in the relationship of tourism and LGBT from its conceptual and spatial scope, raising insights for new interpretations and interpellations.*

*As a result, LGBT tourism is presented as a topic of great analytical potential to understand the cultural patterns of host communities, their automatisms with metropolitan destinations and the imbalances that, behind this modality, are produced within this group. The economic profit that it may deliver*

---

<sup>1</sup> Lesbianas, gays, bisexuales y travestis-trans. Esta sigla actualmente puede ramificarse en LGBTI, LGBTIQ o LGBTIQ+.

\* ✉ joseillarreche@gmail.com

*should not be denied. What is more, its role as a social bridge should be enhanced, at least in Argentina.*

**Keywords:** *LGBT tourism, tourism studies, critical perspective, bridge, national destinations.*

*Recibido 23 junio 2020 / Revisado 2 septiembre 2020 / Aceptado 24 septiembre 2020*

## **1. Introducción**

Las nuevas tendencias del turismo dan cuenta de un sinfín de motivaciones que se inscriben en un gran repertorio de destinos que, de forma espontánea o planificada, se adecuan a las exigencias de los visitantes. Se parte de concebir el turismo como práctica susceptible de generar impactos de distinta índole (ambientales, económicos, sociales, culturales) que fomentan interrogantes vinculados al ordenamiento, la competitividad, la diversificación, la innovación, entre otros. Sin embargo, son pocas las intervenciones que cuestionan constructivamente el hecho turístico más allá de entender a qué alude cada modalidad en términos sintéticos.

El objetivo principal de este artículo es presentar un recorrido iniciático que sirva de plataforma en la relación de la práctica turística y la consigna LGBT en la academia a nivel local desde sus alcances conceptuales y espaciales, planteando disparadores para nuevas interpretaciones e interpelaciones. Para ello, se realiza una revisión bibliográfica, se consultan portales de noticias, sitios web alusivos al turismo LGBT, la página del ente responsable en Argentina y también se plasma información brindada por quien preside a este último, siendo la metodología cualitativa la que rige el presente trabajo, cuyo horizonte es exploratorio y descriptivo.

Schenkel (2019) explica que la política turística argentina ha ponderado distintos grupos de interés desde 1880. La autora asocia a dichos grupos con la elite liberal (1880-1930), el movimiento obrero (1930-1976) y los agentes económicos (desde 1976 en adelante). En los últimos años, el turismo LGBT parece posicionarse como un área clave en relación a estos últimos en lo que Schenkel llama la fase de reconversión del turismo donde la actividad se constituye como un factor de crecimiento económico e internacionalización, a partir de la consolidación del turismo receptivo. En este marco, y como consecuencia de grandes esfuerzos de promoción en eventos internacionales, en 2020 la ciudad de Buenos Aires es reconocida como el principal destino LGBT a nivel global<sup>2</sup>. Pero ¿qué quiere decir esto?, ¿cómo repercuten estos nombramientos en los destinos?, ¿y en los visitantes?, ¿puede el turismo decirnos algo acerca de la compleja dimensión sociosexual más allá de convenir en un etiquetamiento comercial?

---

<sup>2</sup> Ver <https://www.infobae.com/sociedad/2020/01/24/fitur-argentina-fue-reconocida-como-destino-turistico-lgbt-2020/>

A nivel general se pueden apreciar dos posiciones en el estudio académico del turismo LGBT: como nicho de mercado y bajo un análisis más crítico de experiencias (Abellán, 2020). La perspectiva de la presente labor se inclina hacia un contenido social como sostienen Vorobjovas-Pinta y Hardy (2015), aunque eso no repercute en un estudio etnográfico o fenomenológico sino simplemente abogue por poner en ejercicio una mirada problematizadora en la relación del turismo y el colectivo<sup>3</sup> LGBT en Argentina.

El artículo posee dos partes. La primera funciona como un filtro de las discusiones posteriores a través de una reseña detallada del *background* existente acerca del género y las sexualidades desde la impronta académica en las principales referencias del campo turístico argentino. Luego de establecer una laguna en el conocimiento, el segundo apartado encara una aproximación al turismo LGBT con argumentaciones que intentan superar la monolítica visión de negocio a través de los imaginarios y el respaldo espacial. Por último, en las conclusiones se proponen algunos puntos para seguir pensando en una dirección propositiva sin encantamientos ni cristalizaciones.

## 2. Rastreado y precisando el tema

Para advertir la vacancia sobre el tema en Argentina, se realizó un trabajo de revisión limitado a las principales publicaciones de estudios turísticos nacionales<sup>4</sup>. Éstas han sido: Estudios y Perspectivas en Turismo; Aportes y Transferencias: Tiempo Libre, Turismo y Recreación; y Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo. Si bien cada una de estas revistas posee un recorrido en el tiempo distinto, se presentan como las de mayor peso y vigencia académica en la cuestión turística<sup>5</sup>.

Resulta importante señalar que en la búsqueda de producción académica (artículos científicos y reseñas) no se ha prefijado ninguna naturaleza en las investigaciones a pesar de que la económica constituye el abordaje más común del nexo turismo y diversidad sexual en aportes internacionales (Prat Forga, 2015; Saana, 2015; Southall y Fallon, 2011; García Ortega y Marín Poot, 2014). En segundo lugar, se han priorizado palabras clave como turismo LGBT, producto LGBT y destinos *gay-friendly*, y también se optó por un rastreo que abarque al eje género (palabras como mujer, feminismo, cuerpo). Si bien el foco del estudio está puesto en las sexualidades no heterocentradas, ambos aspectos suelen componer un mismo encuadre que se conoce como perspectiva de género y diversidades o

---

<sup>3</sup> El autor no entiende como sinónimos comunidad y colectivo. Se opta por la segunda porque habilita una acepción más conflictiva (la comunidad puede emanar una idea de armonía, coherencia y acuerdo) que da cuenta de las tensiones entre los distintos grupos que lo componen.

<sup>4</sup> Esta maniobra estuvo inspirada en el empeño de Pinassi y Ercolani (2015) que exploraron los cambios de las contribuciones en el subcampo de la Geografía del Turismo. Esta aproximación de tipo especializada no niega la existencia de otros aportes en esta tesitura contenidos en otras publicaciones de Ciencias Sociales en general, pero el presente análisis no los va a abordar.

<sup>5</sup> Se decide acuñar esta noción ya que en las directrices de estas revistas se reconoce al turismo como un objeto inter y transdisciplinar y no sólo limitado a los profesionales y académicos del turismo. Como resultado, los marcos para encauzar esta práctica son variados: a través de la geografía, sociología, antropología, psicología social, entre otros.

simplemente de géneros. Además, no fueron contempladas las notas editoriales ni las crónicas de eventos académicos para la computación final.

Los resultados preliminares arrojaron que, de un total de 172 números en línea nucleados en las tres revistas mencionadas, sólo se encontraron 20 publicaciones de estudios turísticos relativas al género y/o sexualidades (Tabla 1) correspondientes en su totalidad a Estudios y Perspectivas en Turismo, editada por el Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos (CIET) que, a su vez, es la revista de mayor trayectoria ya que su primer número data de 1991.

Estas 20 publicaciones representan sólo el 1,45% de las 1.379 contribuciones exploradas, lo que habla de su marginalidad como tema de estudio. Asimismo, caben destacar algunas particularidades de esas dos decenas que refuerzan la carencia reflexiva de la investigación turística argentina en esta muestra. Del conjunto, sólo dos aportes poseen autoría de una representante local (Juana Norrild), de los cuales uno es un artículo científico y el restante es una reseña bibliográfica. Las otras publicaciones responden a artículos de investigadores de otros países americanos, como Brasil, México, Ecuador o Perú y de Europa como España, Portugal y Bélgica.

Tabla 1. Contribuciones sobre turismo y género o sexualidades

Revista	Total Números	Total Publicaciones	Publicaciones sobre género y/o sexualidades
Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo	19	165	0
Aportes y Transferencias: Tiempo Libre, Turismo y Recreación	35	222	0
Estudios y Perspectivas en Turismo	118	992	20
Total	172	1.379	20
Porcentaje (%)		100	1,45

En un segundo análisis de este conjunto, se pueden distinguir siete artículos alineados con género y trece con sexualidades. Cabe mencionar que este último término debe ser entendido como paraguas o como explica Giddens (1998) plástico, ya que aquí confluyen varios hechos que atraviesan al turismo, que no son sinónimos y ameritan una discusión más profunda que excede al trabajo. Turismo LGBT, turismo sexual y turismo de explotación sexual no son nociones intercambiables y, en este sentido, la segunda ha sido la línea temática encontrada en las producciones en rigor y, más aún, corona un *dossier* especial del último número de la edición de 2015.

En estos trabajos aparecen cuestiones importantes en la comprensión crítica de las sexualidades desde el turismo. En base a la revisión, el turismo sexual puede entenderse como aquella práctica voluntaria y/o comercial ofertada mayoritariamente por varones hacia otros varones donde la interacción sexual es una motivación cardinal en la experiencia del viaje (López López y Van Broeck, 2015). A su vez, este turismo no sólo es impulsado por los turistas sino también por los locales que hacen uso de esas posibilidades potenciadas por las

atmósferas turísticas como ilustran varios destinos mexicanos (Córdova Plaza, 2015; Vargas y Alcalá, 2015; Mendoza, 2015; Arroyo y Amador, 2015).

En contraste, el turismo de explotación sexual da cuenta de una actividad forzada que vulnera los derechos de las personas involucradas y los objetivos fundamentales del turismo y, en este sentido, niegan su esencia (OMT, 1999)<sup>6</sup>. Resulta llamativa la palabra esencia cuando el turismo envuelve procesos sociales de gran complejidad que no permiten dictaminar lo que esta práctica es o debiera ser.

Ahora bien, ¿cuál es la diferencia entre el turismo sexual y el turismo LGBT? La principal radica en que el turismo LGBT es más abarcativo y, de alguna manera, está más familiarizado con los estándares propios del capitalismo rosa en particular, con mayor vinculación con los servicios gastronómicos, hoteleros y de ocio nocturno, y menos asociado a las zonas de ligue tradicionales en espacios públicos, vistas como impuras. Sin embargo, el turismo LGBT no borra el contenido sexual y/o erótico, pero éste adopta un formato privado, como en el caso de saunas, cabinas, “cines xxx”.

De esta forma, se puede pensar que los saltos de nomenclaturas entre uno y otro no son fortuitos y que la modalidad más asimilacionista<sup>7</sup> del turismo LGBT ha surgido después y/o en paralelo a estas prácticas sexuales del orden de lo mundano y en muchos espacios señalados por la clandestinidad principalmente por parte de varones gays que, más tarde, la apuesta capitalista absorbió bajo el objetivo más aceptable de la sociabilidad. Gran parte de estos cambios se ven retroalimentados por la secuencia coyuntural que la globalización cultural permeó y, en este sentido, los avances en materia legal por el reconocimiento de este colectivo no constituyen un hecho ajeno de la lógica de globalización gay y, mucho menos, del turismo.

En relación al género las publicaciones se encauzan bajo distintos enfoques, muchos de los cuales resultan ricos analíticamente ya que se alejan de una mirada descriptiva del hecho turístico. La relación de los cuerpos femeninos plasmados en las postales de Río de Janeiro y su potencial nexo con el turismo sexual pensados desde Foucault (De Siqueira y Olivera Siqueira, 2009), la relación entre la mujer y su presencia en los museos de automóviles argentinos (Norriild, 2010) y lo que ocurre en la imbricación del turismo de sol y playa brasileño y las exigencias estéticas corporales para las mujeres (Do Amaral Ferreira y Da Costa, 2020) son algunos ejemplos. Los otros esfuerzos se

---

<sup>6</sup> Esto se desprende del artículo 2 del Código Ético Mundial para el Turismo, que aboga por un turismo como instrumento de desarrollo personal y colectivo. Este inciso expresa la preocupación de los impactos sociales de la actividad y su interés por la igualdad de hombres y mujeres al igual que la consideración de grupos minoritarios como minusválidos, personas mayores, pueblos autóctonos y niños. Estos últimos suelen ser los más explotados sexualmente y por eso el Código llama a combatir este flagelo en su artículo 3. A pesar de que en este Código no se mencionan las minorías sexuales, a principios de 2012 la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Asociación Internacional de Viajes de Gays y Lesbianas (IGLTA) lanzaron el primer reporte mundial sobre turismo LGBT en la Feria Internacional de Turismo (FITUR) (Riaño Rodríguez, 2013).

<sup>7</sup> Esta noción es empleada a propósito de las tensiones suscitadas a partir de las crisis del VIH/SIDA que bifurcó los caminos entre asimilacionistas y diferencialistas (también llamados *queer*) en la historia del movimiento LGBT del Norte (Vélez Pelligrini, 2008).

encaminan a las dimensiones del género en el trabajo turístico (Moreno Alarcón y Cañada Mullor, 2018).

Como se puede apreciar en la Tabla 2, desde 2009 aparecen intereses vinculados al género y más tarde a las sexualidades a pesar de que en su mayoría se trata de investigadores que llegan al turismo colateralmente (geógrafos, antropólogos, comunicadores sociales, etc.). Llama la atención que no se hayan concretado más referencias de autores argentinos atendiendo a que, por un lado, el género ya contaba con antecedentes como el de Schluter (2008 y 2009) y que, por el otro lado, la sanción del matrimonio igualitario intensificó los flujos internacionales hacia Argentina empezando a delinearla como un destino importante en el mercado LGBT de la región a partir del 2010.

Tabla 2. Producción de género y/o sexualidades encontrada

2009	El cuerpo femenino. Cuerpo, comunicación y poder (De Siqueira y Da Costa Oliveira Siqueira)
2010	Rouge y tacos al volante. La relación entre autos y mujeres en el ámbito turístico de Argentina (Norrild)
2013	(Des)(Re)Construcciones del imaginario social “mujer brasileña” en los discursos turísticos sobre Brasil en Portugal (Gomes)
	Turismo y sexo entre hombres. La complejidad del discurso y la praxis (López López y Van Broeck)
	Turismo y sexo. Una reflexión teórica desde el homoerotismo y el espacio (Van Broeck y López López)
	Cuerpos de hombres en venta en ámbitos turísticos de la Ciudad de México. Una perspectiva espacial (López López, Gallegos Jiménez y Quintero Venegas)
	Códigos encubiertos. Prostitución de varones y turismo sexual en Tijuana, México (Bringas y Gaxiola)
	Universos paralelos. Turismo sexual comercial entre hombres en el Puerto de Veracruz, México (Córdova Plaza)
	Aspectos territoriales de la prostitución masculina vinculada al turismo sexual en Acapulco (Vargas y Alcalá)
2015	Entre el negocio y el placer. turismo sexual masculino en Puerto Vallarta, México (Mendoza)
	Construcciones socioculturales de la playa nudista. Entre lo liminar y el homoerotismo (Monterrubio)
	La oferta de trabajo sexual masculino en el Perú. Su interacción con las demandas del turismo internacional (Cáceres, Nureña y Gomero)
	Homoerotismo durante los viajes. El placer sexual entre hombres en espacios anónimos en Brasil y Portugal (Lanzarini)
	Diferencias y desigualdades en los desplazamientos. Turistas e inmigrantes gay brasileños entre São Paulo (Brasil) y Barcelona (España) (Lins França)
	Turismo y trabajo sexual masculino en Cancún, México (Arroyo y Amador)
	Sexo, sol y playa. El inconsciente del imaginario turístico en Mazatlán, México (Sánchez Mendoza)
	Turismo y sexo en México (Norrild)
2016	La desigualdad entre mujeres y hombres en el sector hostelero español (Huete)
	Mujeres en turismo. Equidad de género en la docencia e investigación en el área de Guayaquil, Ecuador (Basurto Barcia y Ricaurte-Quijano)
2020	No tan desvergonzadas. El empoderamiento de las mujeres gordas y sus cuerpos en los destinos de sol y playa (Do Amaral Ferreira y Da Costa)

Finalmente, y en base lo expuesto, queda preguntarse: ¿por qué no hay aportes desde y sobre la escala nacional en esta tesitura cuando existe un mínimo, pero interesante camino crítico desandado? La respuesta nunca es certera, pero se piensa que no todo es por culpa de ser un hecho reciente en el campo del turismo.

Se piensa que el turismo LGBT va más allá de una modalidad turística y conjuga varios elementos que lo hacen difícil en su aprehensión y que, tal vez, requiera de miradas menos lineales. A continuación, se intentará dar una guía de esta premisa para el caso argentino.

### **3. El turismo LGBT en el contexto nacional: ¿una modalidad simplificada?**

El fin de la Segunda Guerra Mundial ha marcado un hito en los alcances turísticos de la población en general, por lo menos en el Norte. Por un lado, se trata de un acontecimiento que cimienta las bases del turismo masivo ligado a la paz que sobrevino después de la guerra, el desarrollo de las comunicaciones, la disponibilidad de tiempo libre, la consolidación de la aviación comercial y los avances tecnológicos (Acerenza, 2006). Como consecuencia, se configura la oferta estandarizada de servicios turísticos y la noción de producto turístico, principalmente asociado a destinos de sol y playa.

Por el otro lado, el fin del conflicto bélico ha sido experimentado como un *coming out* nacional en Estados Unidos (D'Emilio y Freedman, 1997) y el inicio de una nueva etapa en la historia de las sexualidades, luego de períodos sombríos de clandestinidad y persecución. De hecho, el 28 de junio de 1969 se producen los disturbios de *Stonewall*, que inauguran la cuestión político-social del colectivo LGBT. Un dato interesante es que tres años más tarde de esta revuelta, Ebensten funda el primer touroperador dirigido exclusivamente a varones gays estadounidenses (Abellán, 2020).

Con el tiempo, y especialmente en la década de 1990, estos dos aspectos se sellan en un sendero trazado por la *pink economy* a través del turismo LGBT como parte de una flexibilización de los productos turísticos en general, que responde a una demanda mucho más segmentada (nichos) bajo un modelo más alternativo que masivo de la actividad. Si bien esto se acelera en los países de Europa Occidental y Estados Unidos, se debe remarcar que los movimientos de liberación LGBT del Sur se dieron más tardíamente, con especial énfasis en las ciudades capitales<sup>8</sup> lo que activó allí los primeros circuitos de ocio más o menos estables. En este sentido, la estrategia empresarial supo divisar en esta combinación dos elementos importantes para la actividad turística: el aprovechamiento lucrativo y un incentivo bien visto asociado a la tolerancia social.

---

<sup>8</sup> En el caso de Argentina, la primera marcha que evoca a *Stonewall* se produjo en 1986 y fue conocida como el Día de la Dignidad Homosexual. Sin embargo, serán los años 90 (tras la dictadura), donde el ímpetu de las organizaciones y la destreza de los activistas cobra otro sentido, y en 1992 se lleva a cabo la primera Marcha del Orgullo sentando el antecedente más reconocido para todo el colectivo LGBT (Bellucci, 2020).

El segmento LGBT empezaba a delimitarse en una relación de reciprocidades no ingenuas: el circuito de sociabilidades del colectivo avanzaba (bares, discotecas, inclusive barrios), y en paralelo, era una estrategia que dejaba dividendos<sup>9</sup>. Ahora bien, ¿qué cambios específicos se producen en la consolidación de este segmento en 1990 desde una perspectiva espacial?, ¿cómo llega y se inscribe en Argentina? y ¿qué significa que esta modalidad eurocéntrica llegue al contexto latinoamericano de forma oficial?

Con la mayor exposición de esta modalidad<sup>10</sup> sumado a las conquistas de derechos que, progresivamente, fue consiguiendo dicho colectivo, el fenómeno se fue extendiendo y traspasó fronteras (Fimiani, 2014). En esta transición se multiplicaron los destinos al tiempo que se diversificaron sus condiciones de atraktividad. Desde el punto de vista geográfico, la tríada del *sun, sand and sex* tan popular en las visitas de varones gays al mediterráneo europeo (Aldrich, 1993) empieza a competir en el mercado con las grandes metrópolis y sus atmósferas cosmopolitas. En este plano se incorporan las ciudades latinoamericanas como lugares emergentes del turismo gay (Jaurand, 2018), especialmente las de Argentina, México y Brasil.

En Argentina, el producto LGBT se perfila a partir del 2010<sup>11</sup> como efecto de la conquista del matrimonio igualitario. La Cámara de Comercio LGBT de Argentina (CCGLAR) junto con el Instituto Nacional de Promoción Turística (INPROTUR), se han encargado de estructurar y promocionar esta modalidad turística para atraer turistas internacionales. El principal objetivo de la CCGLAR estriba en "...potenciar y promover el turismo en y hacia nuestro país, apoyar el desarrollo de negocios y productos dirigidos al segmento que conforman quienes pertenecemos al colectivo LGBTIQ..." (CCGLAR, 2020).

En un primer momento, la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) constituye el corolario donde confluyen estos flujos turísticos<sup>12</sup>. Lógicamente, en este destino es donde se expresan más nítidamente las apropiaciones del colectivo LGBT. En palabras de Fernández Salinas (2007), la visibilidad LGBT se materializa en escenas sexuales, sociales, comerciales y/o profesionales, de alojamientos turísticos; además de las de índole informativa o de apoyo, que CABA ya disponía y con el tiempo robusteció. Basta con realizar una búsqueda por internet de algunas referencias dirigidas a este público (Figura 1) para

<sup>9</sup> Si bien no es la perspectiva del presente análisis, la importancia del segmento en términos económicos puede verse en la nota "Si la comunidad LGBT fuera un país sería la quinta potencia económica del mundo", disponible en <https://www.oinkoink.com.mx/noticias/>.

<sup>10</sup> Si bien durante estos años se llega a una comercialización oficial, mucho antes parte del colectivo se dirigía a Mykonos, Sitges y Berlín donde eran bienvenidos y podían desenvolverse con libertad (Silva, Cardoso y Barbosa, 2018).

<sup>11</sup> En un breve apartado, el periodista Osvaldo Bazán (2016) desarrolla que la Argentina como destino *gay-friendly* ya había asomado en febrero de 2005, cuando más de cien operadores de viajes miembros de la IGLTA realizaron su primer simposio en el país. Allí se produjeron interesantes discusiones en torno a la creación de un barrio gay en San Telmo (no prosperó), los riesgos de la inclusión a costa de la segmentación ABC1 y la atracción que, para la potencial demanda LGBT internacional, representaba el tango y la figura de Eva Perón además de un tipo de cambio favorable.

<sup>12</sup> La ciudad de Buenos Aires ya era un importante núcleo para el colectivo LGBT nacional e internacional antes de la sanción del matrimonio igualitario. De hecho, la Ley de Unión Civil para parejas del mismo sexo había sido aprobada por la Legislatura porteña en el año 2002, siendo la primera ciudad de América Latina con una norma semejante.



advertir la cantidad de servicios orientados al segmento tales como discos, *pubs*, cafés, hoteles, festivales de cine e inclusive milongas “*queer*”.



Figura 1. Promoción del turismo LGBT en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA)

Fuente: <http://www.gmag360.com>, <http://www.circuitoscortos.com.ar/mapagay>,  
<https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/buenos-aires-libre-y-diversa>.

Los efectos positivos de esta valorización colaboran en una transformación no sólo material sino simbólica de los atractivos que potencian a esta ciudad como objeto de deseo turístico (Bertoncello y Troncoso, 2014). Así, el turismo LGBT no puede reducirse sólo a una cuestión elitista y utilitarista eclipsada por un imperativo comercial, sino que debe pensarse también como expresión de un imaginario de libertad o al menos de comodidad, particularmente desde un contexto latinoamericano sumamente cambiante en la dimensión sociosexual<sup>13</sup>.

Si las grandes urbes han sido el sitio clave para la producción de la conciencia e identidad gay moderna (Binnie, 2004), el turismo parece ser una fuente de imaginaria primordial en el refuerzo de esa identificación y en la ampliación gradual hacia las demás. Con esto se quiere explicar los componentes lúdicos y afectivos que tiene esta modalidad turística (Prat Forga, 2015) y las

<sup>13</sup> En unos de sus primeros discursos como presidente electo del Brasil, Jair Bolsonaro expresó “no podemos dejar que este lugar sea conocido como un paraíso para el turismo gay. Tenemos familias”. (<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-48065852>). Para ver el mapa sobre la situación social del colectivo en el mundo ver <https://ilga.org/es/mapas-legislacion-sobre-orientacion-sexual>.

confusiones que eso puede conllevar en estos destinos que son las dos cosas: donde se desarrolla este turismo, pero también donde se ha forjado la lucha. Por ejemplo, en los últimos años las Marchas del Orgullo se asumen como eventos que impactan en la agenda política pero también se convierten en importantes acontecimientos turísticos<sup>14</sup>.

Por todo lo expuesto, no es casual que CABA haya sido nombrada el destino LGBT del 2020 y esto es sumamente importante para comprender esta modalidad como canal de vivencias, más allá de la cuota de ingresos por turismo que eso pueda reportar. La complementariedad entre las identificaciones sexo-afectivas del colectivo y el turismo ha sido recurrente en la historia, especialmente porque el desplazamiento turístico-recreativo ha posibilitado la puesta en actuación de la figura del extranjero que no sólo predispone al visitante a una serie de actos nunca pensados en su lugar de origen (donde puede ser un riesgo) sino porque son justamente las mayores posibilidades de transgresión las que movilizan las elecciones hacia los destinos, predeterminados en función de su oferta LGBT (lo que también habla de cierta seguridad previa). En este punto, si el turismo se enmarca en una actividad fuera del entorno habitual en su dimensión espacial (Sancho y Buhalis, 1998), muchas veces dicho entorno significa una instancia de constricción social para muchos de quienes lo habitan.

En este sentido, no quedan dudas de que existe una consolidación de los imaginarios turísticos del colectivo a través del turismo LGBT que hace de puente no sólo entre un espacio cualquiera y un destino turístico, sino porque en ese destino se condensan anhelos de ocio, laborales, sociales e inclusive existenciales. El imaginario es definido por Hiernaux como “el conjunto de creencias, imágenes y valoraciones que se definen en torno a una actividad, un espacio, un período o una persona (o sociedad) en un momento dado” (Hiernaux, 2009, p. 8). Siguiendo a este autor, y en base al tema que atraviesa esta reflexión, los imaginarios más importantes en esta experiencia pueden ser: el descubrimiento del otro, el deseo de evasión y, en definitiva, la conquista de la felicidad. Éstos pueden traducirse en la heterogeneidad de personas y lugares por conocer, el anonimato y la plenitud de la conjunción entre el ser y el estar.

Es evidente que este encauce a través del turismo en Argentina se materializa en una tipología de destinos metropolitanos, como en la mayoría de los casos. Las metrópolis están dotadas de equipamientos facilitadores para estas experiencias y no es casual que muchos autores las refieran como hogares (Hugues, 2006) para la diversidad sexual. Sin embargo, ¿qué desafíos representa este monopolio desde el punto de vista turístico? Y ¿por qué es importante perseverar en la idea de puente?

Previamente a brindar una respuesta, es preciso reconocer las particularidades que configuran cada uno de los destinos que componen la vasta geografía nacional y repensar cómo la cuestión LGBT en general y el turismo LGBT en particular se adecuan a estos contextos.

---

<sup>14</sup> Esta es una discusión en las grandes capitales donde en los últimos tiempos y ante la preocupación de la pérdida del componente reivindicativo (sigue habiendo crímenes de odio, travesticidios, etc.) se impulsan contramarchas que contrasten con esta dimensión más festiva y turística.

El debate suscitado una vez que la Ley de Matrimonio Igualitario (26.618) se encarriló en el Congreso ha sido trascendental no sólo en los esquemas políticos sino fundamentalmente en la escena social. Al igual que lo que sucediera años más tarde en torno a la discusión sobre la interrupción legal del embarazo, los federalismos se reavivan hacia un lado o hacia otro en la calibración de leyes que siempre conversan con mentalidades. Vale la pena recordar que en CABA se había sancionado previamente la Ley de Unión Civil, que constituyó el antecedente más importante de lo que luego tendría alcance nacional. En este sentido, no es sorprendente que en esta ciudad haya existido una mejor recepción que en el resto del país, donde se sortearon institucionalizaciones oblicuas (Figari, 2010) en lo relativo a cómo la formalidad se alinea con la realidad. Este aspecto explica el monopolio no sólo del turismo LGBT en CABA sino de otros factores que hacen la genealogía de las sexualidades a nivel nacional y también regional.

Ahora bien, cuando nos retrotraemos al objetivo de la CCGLAR es importante tener en cuenta que se habla de potenciar y promover el turismo en y hacia nuestro país y esto amplía el foco de discusión hacia el turismo doméstico que puede condensar cierto efecto derivado del receptivo, ya que los imaginarios del colectivo LGBT que reside en distintos puntos del país también son interpelados. En este sentido, no es casual que, después de diez años de esta política, en Argentina se estén diseñando estrategias tendientes a la federalización de esta modalidad, como la Red Federal LGBT.

Es importante agregar que además de la CABA, en los últimos años destaca el papel relevante como destinos receptivos de las ciudades de Mendoza, Ushuaia y Bariloche y, en menor medida Mar del Plata, Puerto Madryn y la ciudad de Córdoba<sup>15</sup>. Además, es preciso señalar algunos puntos a la hora de comprender el *modus operandi* de la modalidad y contemplar los desafíos más allá de los ejemplos brindados.

En primer lugar, se evidencia que una primera fórmula de acercamiento al segmento por parte de la oferta son los acontecimientos programados (festivales como la Vendimia para todos en Mendoza, de la Nieve Gay en Bariloche, del Sol en San Juan, *United* en Córdoba, la Elección Nacional de la *Drag Queen* Argentina en Tucumán, por citar algunos) con excepción, tal vez, de Ushuaia que ha funcionado como ciudad-puerto de enlace para cruceros gays. En segundo lugar, la diversidad de recursos turísticos y su relación con la comunidad receptora permite establecer una distinción entre destinos LGBT y destinos *gay-friendly* (Hugues, 2002). En estos últimos, el colectivo LGBT convive con la sociedad en general sin asumir una segregación tan marcada en el uso de establecimientos gastronómicos o de ocio nocturno. Esto es interesante para las motivaciones de estas personas que, en ocasiones, no desean un tratamiento exclusivo sino inclusivo.

Por otro lado, resulta pertinente atravesar este asunto con dos encuadres que son susceptibles de problematizar este tema: la interseccionalidad y las potencialidades de la recreación. En cuanto a la primera, ya se ha mencionado la

---

<sup>15</sup> Estos datos fueron provistos por Pablo De Luca, presidente de la CCGLAR, a través de un intercambio vía Facebook (junio 2020). Cabe destacar que los destinos cambian en función del turismo doméstico.

sobrerrepresentación del componente gay en estas motivaciones, cuestión que se refleja en los registros publicitarios como se puede observar en la Figura 1 y en las estadísticas<sup>16</sup>. Por eso, es importante saber un poco más sobre el comportamiento turístico de las otras identificaciones sociosexuales para compensar el desequilibrio o, simplemente, para afirmar (y rendirnos) que se trata de una modalidad compatible sólo con varones gays. Sin embargo, también sobre este último grupo no está todo dicho en Latinoamérica, y se pueden desplegar otros meandros analíticos si la orientación sexual se cruza con la clase (Casey, 2010), la etnia, el rango etario y/o el género. Este pensamiento también debe extenderse al colectivo trans, para el que, ante las problemáticas que sufren en la región, cabe un estudio más detallado acerca de su capital turístico, sólo abordado en el hemisferio norte (Monterrubio, Madera y Pérez, 2020).

Por otro lado, si el turismo LGBT entroniza los destinos más o menos consolidados de las distintas regiones, en particular las grandes ciudades, cabe preguntarse si en el marco de esta reflexión federal no son importantes las estrategias ya no turísticas sino recreativas de este meollo. A pesar de que se entiende la importancia del sector en la entrada de divisas extranjeras, puede ser una buena oportunidad pensar en la posibilidad de que esta oferta empiece a formar parte, gradualmente, de distintos destinos a través de propuestas que no necesariamente requieran grandes esfuerzos ni inversiones pero que, seguramente, sean muy relevantes como puentes de visibilización y pluralismo en Argentina.

#### 4. A modo de conclusión

El turismo como práctica social incentiva muchas preguntas que tienen que ver con la condición humana; las motivaciones que activan los desplazamientos hablan de las personas (y de los personajes que performan), de sus esquemas de interpretación e interioridades, de sueños y deseos. El turismo LGBT se configura para atraer a una demanda que se piensa masculina, acomodada e internacional subrayando cierta frivolidad en esta modalidad (*pinkwashing*). Sin embargo, en este artículo se ha querido echar luz a la importancia de este turismo para repensar ciertos postulados en su aterrizaje local y seguir profundizando en los efectos subjetivos que esta actividad es susceptible de producir en un colectivo LGBT con rasgos y dinámicas más propias del Sur, excediendo el interés económico que gestó su aparición.

Lo dicho hasta la fecha en el plano académico local ha sido escaso desde la perspectiva de género en términos amplios, y concentrado en los últimos diez años. En el fichado se pueden apreciar trabajos aislados y extranjeros con abordajes interesantes que no han sido retomados para analizar al turismo desde Argentina. Como consecuencia, la aproximación a la conceptualización del turismo LGBT y la presentación de sus singularidades en Argentina requieren de

---

<sup>16</sup> Pablo de Luca nos comentó que en relación con los registros que lleva a cabo la Asociación Internacional de Viajes LGBTIQ+ (IGLTA) se puede evidenciar una escasa representación de lo que sucede con las lesbianas y las personas trans y *queer*.

análisis que también tengan en cuenta su dimensión espacial y temporal como parte de una indagación crítica y matizada.

Desde el contexto nacional, que puede resonar en otros destinos de la región, el turismo LGBT puede ser pensado como un puente, esto es, como un enlace, como catalizador o simplemente como una excusa para la democratización de experiencias en los destinos. En este sentido, las ficciones detrás del turismo (imaginarios turísticos) en retroalimentación con la emergencia de lo LGBT son disparadoras de otras motivaciones y constructoras de otras posibilidades que antes sólo tenían asidero fuera del país. Los esfuerzos por atraer a estos visitantes luego de importantes garantías (matrimonio igualitario, identidad de género) puede plantearse como algo a aprovechar no sólo para reafirmar la connotación imaginaria de la libertad hacia los destinos metropolitanos sino para avanzar hacia propuestas más federales a través, por ejemplo, de la escala recreativa, que inyecte la diversidad en el ámbito doméstico, cuya ausencia suele provocar ese afán de escape permanente.

Por último, el turismo puede pensarse como un campo fértil para que el reconocimiento de la diversidad vaya penetrando en otros lugares con el desafío que culturalmente eso representa. Asimismo, es preciso discutir los alcances turísticos reales de quienes componen esa diversidad, ya que sin este recaudo se podría caer en una actividad sumamente homonormativa. Como sostiene Prat Forga, “al tratarse de un colectivo en el que coinciden grupos de personas con diferentes motivaciones e intereses, es necesario tener éstas muy en cuenta para diseñar un plan promocional efectivo” (2015, p. 617).

En definitiva, es momento de reflexionar sobre otras alternativas menos concentradas en los destinos ya posicionados desde turismo cultural y urbano (y orquestados por el segmento LGBT internacional) e impulsar otras opciones turístico-recreativas que busquen incorporar al colectivo LGBT nacional a partir de propuestas federales, creativas y sensibles a las circunstancias en el marco de un turismo que no sea solo un espejito de colores sino un interesante puente social.

## **Bibliografía**

- Abellán, N. (2020). *Colectivo LGTBQ y turismo: entre el capital y la vida*. Barcelona: Alba Sud. Recuperado de <http://www.albasud.org/noticia/es/1229/colectivo-lgtbq-y-turismo-entre-el-capital-y-la-vida?fbclid=IwAR3CWliVWT2vfiFvnUwagnZaHsmI4G5Ntu3XMHEEqDi7dVE00KKhn8cm2I>
- Acerenza, M. A. (2006). *El turismo: orígenes y evolución*. México: Trillas.
- Aldrich, R. (1993). *The seduction of the Mediterranean: writing, art and homosexual fantasy*. Londres: Routledge.
- Arroyo, L. y Amador, K. (2015). Turismo y trabajo sexual masculino en Cancún-México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(4), 982-992. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180741598012.pdf>
- Bazán, O. (2016). *Historia de la homosexualidad en la Argentina*. Buenos Aires: Marea.

- Bellucci, M. (2020). *Orgullo: Carlos Jáuregui, una biografía política*. Buenos Aires: Final Abierto.
- Bertoncello, R. y Troncoso, C. A. (2014). La ciudad como objeto de deseo turístico: renovación urbana, cultura y turismo en Buenos Aires y Salta (Argentina). *Gran Tour*, (9), 4-26.
- Binnie, J. (2004). *The globalization of sexuality*. Londres: SAGE.
- Cámara de Comercio LGBT Argentina (CCGLAR). (2020). *Sitio web CCGLAR*. Recuperado de <http://ccglar.org/home/>
- Casey, M. (2010). Even poor gays travel: Excluding low income gay men from understandings of gay tourism. In Y. Taylor (Ed.). *Classed intersections: Spaces, selves, knowledges* (pp. 181-198). Londres: Routledge.
- Córdova Plaza, R. (2015). Universos paralelos. Turismo sexual comercial entre hombres en el Puerto de Veracruz, México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(4), 848-866. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180741598005.pdf>
- D'Emilio, J. y Freedman, E. B. (1997). *Intimate matters: A history of sexuality in America*. Chicago: University of Chicago Press.
- De Siqueira, E. D. y Siqueira, D. D. C. O. (2009). El cuerpo femenino: comunicación, poder y turismo. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18(2), 193-207. Recuperado de <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V18/v18n2.pdf#page=84>
- Do Amaral Ferreira, M. L., y Da Costa, M. F. (2020). No tan desvergonzadas: el empoderamiento de las mujeres gordas y sus cuerpos en los destinos de sol y playa. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 29(2), 472-500. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7316511>
- Fernández Salinas, V. (2007). Visibilidad y escena gay masculina en la ciudad española. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, (49), 139-160.
- Figari, C. (2010). El movimiento LGBT en América Latina: institucionalizaciones oblicuas. In A. Massetti, E. Villanueva y M. Gómez (Eds.). *Movilizaciones, protestas e identidades colectivas en la Argentina del Bicentenario* (pp. 225-240). Buenos Aires: Nueva Trilce.
- Fimiani, R. (2014). *The role of gays spaces for a gay destination. Gay tourism in Gran Canaria*. (Tesis de Maestría). Universidad de Dalarna, Suecia. Recuperado de <http://www.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2%3A714079&dswid=-8331>
- García Ortega, M. y Marín Poot, H. M. (2014). Creación y apropiación de espacios sociales en el turismo gay: identidad, consumo y mercado en el Caribe mexicano. *Culturales*, 2(1), 71-94. Recuperado de [http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1870-11912014000100003&lng=es&tlng=es](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912014000100003&lng=es&tlng=es).
- Giddens, A. (1998). *La transformación de la intimidad. Sexualidad, amor y erotismo en las sociedades modernas*. Madrid: Cátedra.
- Hiernaux, D. (2009). Los imaginarios del turismo residencial: experiencias mexicanas. In T. Mazón, R. Huete y A. Mantecón (Coords.). *Turismo, urbanización y estilos de vida: las nuevas formas de movilidad residencial* (pp. 109-126). Barcelona: Icaria.
- Hugues, H. (2006). *Pink tourism. Holidays of gay men and lesbians*. Wallingford: CABI.

- Hugues, H. (2002). Gay's men holiday destination choice. A case of risk and avoidance. *International Journal of Tourism Research*, 4(4), 299-312.
- Jaurand, E. (2018). Des lieux autres pour un autre tourisme? Les espaces du tourisme gay. *Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 492-507. <https://doi.org/10.4000/bagf.3990>
- López López, A. y Van Broeck, A. M. (2015). Turismo y sexo entre hombres: La complejidad del discurso y la praxis. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(4), 780-786. Recuperado de <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V24/N04/v24n4a01.pdf>
- Mendoza, C. (2015). Entre el negocio y el placer: Turismo sexual masculino en Puerto Vallarta, México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(4), 889-907. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5276660>
- Monterrubio, C.; Madera R. S. y Pérez, J. (2020). Trans women in tourism: motivations, constraints and experiences. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 43, 169-178.
- Moreno Alarcón, D. y Cañada Mullor, E. (2018). *Dimensiones de género en el trabajo turístico*. Barcelona: Alba Sud.
- Norrild, J. (2010). Rouge y tacos al volante. La relación entre autos y mujeres en el ámbito turístico de Argentina. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 19(4), 471-499. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180716756002.pdf>
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (1999). *Código ético mundial para el turismo*. Madrid: OMT.
- Pinassi, A. y Ercolani, P. (2015). Geografía del turismo: análisis de las publicaciones científicas en revistas turísticas. El caso de Argentina. *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 24(1), 214-230.
- Prat Forga, J. M. (2015). Las motivaciones de los turistas LGBT en la elección de la ciudad de Barcelona. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 61(3), 601-621. <http://dx.doi.org/10.5565/rev/dag.314>
- Riaño Rodríguez, D. A. (2013). Ampliando la invitación al turista LGBT: imaginarios, realidades y una nueva oportunidad para Bogotá. *Turismo y Sociedad*, 14, 289-300.
- Saana, K. (2015). *Think pink in tourism. A study of LGBT+ Tourism*. (Tesis de Licenciatura). Universidad de Laurea, Finlandia. Recuperado de <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/98158/THESIS%20FINAL%20CHECKED%202.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Sancho, A. y Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.
- Schenkel, E. (2019). Los grupos de interés en la configuración de la política turística argentina en el siglo XX. *Lurralde: Investigación y Espacio*, (42), 113-129.
- Schluter, R. (2009). Coffee, tea or me? Algunos conceptos sobre género y turismo en Argentina. In G. Ferrari et al. (Coords.) *Investigaciones, métodos y análisis del turismo* (pp. 125-133). Oviedo: Septem.
- Schluter, R. (2008). Mujer y turismo. Vestimenta e interacción social en los centros turísticos de Argentina durante la década de 1930. *Cuadernos de Turismo*, (21), 181-199. Recuperado de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/25041>

- Silva, S., Cardoso, D. y Barbosa, B. M. (2018). The role of marketing in LGBT tourism: an exploratory contribution in the Portuguese context. *Turismo e Sociedade*, 11(2), 236-260. Recuperado de <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20193109344>
- Southall, C. y Fallon, P. (2011). LGBT Tourism. In P. Robinson, S. Heitmann y P. Dieke (Eds.). *Future research for tourism* (pp. 218-232). Wallingford: Cabi.
- Tercic, M. (2020, enero 24). FITUR: Argentina fue reconocida como destino turístico LGBT+ 2020. *Infobae*. Recuperado de: [www.infobae.com/sociedad/2020/01/24/fitur-argentina-fue-reconocida-como-destino-turistico-lgbt-2020/](http://www.infobae.com/sociedad/2020/01/24/fitur-argentina-fue-reconocida-como-destino-turistico-lgbt-2020/)
- Vargas, S. Y. y Alcalá, B. (2015). Aspectos territoriales de la prostitución masculina vinculada al turismo sexual en Acapulco. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(4), 867-888. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180741598006.pdf>
- Vélez Pelligrini, L. (2008). *Minorías sexuales y sociología de la diferencia. Gays, lesbianas y transexuales ante el debate identitario*. Madrid: Montesinos.
- Vorobjovas-Pinta, O. y Hardy, A. (2015). The evolution of gay travel research. *International Journal of Tourism Research*, 18(4), 409-416.

### **Sitios web**

<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-48065852>  
<https://ilga.org/es/mapas-legislacion-sobre-orientacion-sexual>  
<http://www.gmag360.com/home/category/turismo/destinos/>  
<http://www.circuitoscortos.com.ar/mapagay>  
<https://turismo.buenosaires.gob.ar/es/article/buenos-aires-libre-y-diversa>