

# Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

*Zona Rosa: The queer territory of Mexico City. The consumption of dissidence, identities, bodies and habitats*

*Zona Rosa: O território queer da Cidade do México. O consumo da dissidência, identidades, corpos e habitares*

**David Román Islas Vela**

Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Iztapalapa - México  
david.roman.iv@gmail.com

## Resumen

El área de tolerancia gay más importante de México es la Zona Rosa, en la Ciudad de México. Aunque desde la década de los setenta ya aparecieron algunos bares gay, en los últimos años del siglo pasado comenzó a florecer el mercado rosa y a atraer las disidencias sexuales de diferentes partes de la ciudad y del país. En la Zona Rosa conviven diferentes realidades socio-económicas y identidades que se han proyectado en diferentes espacialidades de consumo queer. En este artículo se analizan las especialidades de consumo de los disidentes sexuales en la Zona Rosa y su contribución a la configuración de un territorio queer.

Palabras-Clave: Territorio Queer; Espacialidades de Consumo; Queerificación; Disidencias Sexuales; Habitares.

## Abstract

The most important area of gay tolerance in Mexico is Zona Rosa, in Mexico City. Although since the seventies some gay bars appeared in the Zona Rosa, in the last years of last century, it began to flourish the pink market, and to bring together sexual dissidences from different points of the city. In the Zona Rosa coexist several socio-economic realities and identities, which are projected in the different spacialities of queer consumption. This paper analyzes the spacialities of sexual consumption of the dissidences present in Zona Rosa and their contribution to configure a queer territory. In addition, this article discusses the emerging field of the geography of sexual dissidence or queer geography.

Keywords: Queer Territory; Gay Consumption; Queerification; Sexual Dissidences; Habitares.

## Resumo

A mais importante área de tolerância gay no México é a Zona Rosa, Cidade do México. Embora desde a década de 1970 apareceram alguns bares gays, nos últimos anos do século passado começou a florescer no mercado-de-rosa e atrair as divergências sexuais provenientes de diferentes partes da cidade e do país. Na Zona Rosa coexistem Diferentes realidades socio-económicas e identidade que são projetadas nas diferentes espacialidades de consumo queer. Este artigo analisa as especialidades de consumo as divergências sexuais na Zona Rosa e sua contribuição para a sua configuração como território queer.

Palavras-Chave: Território Queer; Espacialidades de Consumo; Queerificação; Dissidências Sexuais; Habitares.

## Introducción

El fenómeno de las disidencias sexuales en las ciudades latinoamericanas está haciéndose cada vez más visible, principalmente con relación al mercado gay<sup>1</sup>. En la actualidad México, Brasil y Argentina son los mercados con mayor flujo de capital rosa (JOHNSON, 2011). El establecimiento y la diversificación de negocios enfocados a este sector poblacional han conllevado a un proceso de queerificación, conformando barrios o zonas de tolerancia, donde los comercios, el ambiente militante y la performatividad de las diversas identidades sexuales le dan vitalidad.

En este tenor, en el presente artículo se analiza el papel que juegan las prácticas de consumo de las disidencias sexuales en la conformación de los territorios *queer* retomando el caso de la Zona Rosa y la centralidad que tienen las espacialidades de consumo para la performatividad de diversas identidades queer.

En un primer momento se esboza una discusión sobre la geografía de las disidencias sexuales o geografía *queer* y la importancia de la geografía del consumo para analizar los espacios queer. Posteriormente se presenta un panorama histórico sobre las espacialidades *queer* de la Ciudad de México, prestando mayor atención a la Zona Rosa y su importancia para la visibilización de las

disidencias sexuales y el florecimiento del *pink market*. En el tercer apartado, se hace un análisis de las prácticas de consumo de las disidencias sexuales en la Zona Rosa<sup>2</sup>. Dichas prácticas permiten explorar la amplia gama de identidades de las disidencias sexuales, atravesadas por diversas variables como el nivel socio-económico, lugar de procedencia, la corporeidad o la edad, además de reconocer el papel de la empresarialidad en la conformación de la Zona Rosa como territorio *queer* de la Ciudad de México. Finalmente, se concluye que las prácticas de consumo de las disidencias sexuales en la Zona Rosa han generado cambios económicos, sociales, políticos, urbanos y morales en la Ciudad de México, configurándola como un territorio *queer* incluyente en las diversas formas de constituir las identidades sexuales y vivir la disidencia, y también como un área importante y estratégica para la megalópolis.

## Saliendo del Clóset de la Geografía: la Geografía de las Disidencias Sexuales

El vocablo *queer*, de origen inglés, es referido a las prácticas no heterosexuales, cuyo significado como adjetivo en español es: raro, extraño, torcido o marica. Para esta teoría las prácticas que escapan del sistema heteropatriarcal son de su interés, adjetivándolas como prácticas *queer*,

### Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

incluyendo no sólo la sexualidad, sino también la construcción de las identidades, del género, del ser mujer, andrógino, la transexualidad, etc., que responden a una naturaleza política, subversiva y transgresora que rompe con los ideales de la heterosexualidad obligatoria y el binarismo femenino/masculino (FOUCAULT, 2005; MÉRIDA, 2002; GUASCH, 1998). La geografía *queer* parte de estas acepciones para definirse como un campo emergente de la geografía humana.

Desde mi punto de vista, el equivalente en español de la palabra *queer* es el concepto de *disidencia sexual*, cuya pertinencia trasciende por otorgar relevancia a los actores y sus prácticas, y no fungir como un adjetivo. “La disidencia sexual es un concepto de carácter reivindicativo y político, que conlleva varios movimientos políticos, organizaciones, actores sociales y una diversidad de identidades, demandas y proyectos no alineados con la heterosexualidad obligatoria [sic]” (SALINAS, 2006, p. 23). La disidencia sexual expresa un posicionamiento político de resistencia a todo intento de normalización y en ella se cuestiona el modelo heteropatriarcal, activo como práctica cotidiana (MORGROVEJO, 2008; GUASCH, 1998). En este sentido, para este artículo se ha considerado hablar de una geografía de las disidencias sexuales, puesto que el carácter político y las diferentes identidades y contextos socioeconómicos en que se plantean las sexualidades no alineadas con el sistema heteropatriarcal, responden a realidades, prácticas, ensoñaciones, idealizaciones diferentes y reflejan la diversidad de formas en que se pueden plantear las sexualidades.

Como campo emergente, la geografía de las disidencias sexuales o geografía *queer*, comienza a gestarse en los años noventa con la producción de trabajos geográficos sobre gays y lesbianas, apoyados en la teoría *queer*,

las geografías género y feministas (KNOPP, 2007), manteniendo una postura políticamente activa y comprometida con el movimiento de los derechos civiles de las disidencias sexuales, así como un carácter crítico al interior de la academia de la investigación geográfica respecto a la exclusión del género, la mujer y la sexualidad como temáticas de interés.

El primer planteamiento que se cuestiona en este campo emergente es la naturalización del espacio tradicionalmente heterosexual, transgrediendo la universalidad del orden hetero-patriarcal como imposición en la configuración de los espacios y de la dominación masculina. Tras este velo de crítica, se da cabida y se consideran formas distintas de organización espacial y de interacciones sociales no convencionales con base en la sexualidad, por lo tanto este campo de la geografía se interesa en estudiar la producción de espacios por parte de las disidencias sexuales donde se constituyen, producen y reproducen identidades sexualmente periféricas a la heterosexual (KNOPP, 2007; ENGLAND, 1992), abordando temáticas como el consumo, identidades sexuales, el cuerpo, etc.

El anclaje espacial de las disidencias sexuales se sostiene en esencia por un sentido de otredad respecto al mundo heteronormativo, asimismo para generar lazos afectivos, sociales, de reconocimiento mutuo, compartiendo aspiraciones, intereses, costumbres, etc. Este entramado de relaciones tejidas entre los actores y sus espacialidades adquiere una dimensión territorial (CLAVAL, 1995; LINDÓN, 2010), principalmente con la generación de espacios que dan permisividad a estas prácticas, de este modo discotecas, bares, saunas, cafés o sex shops, comienzan a surgir entorno a la congregación de las disidencias sexuales en ciertas áreas del medio urbano, derivando en la conformación de barrios o zonas de

### Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

tolerancia, los cuales pueden ser considerados como territorios queer, con límites bien definidos y dirigidos a las prácticas homoafectivas.

La conformación de estos territorios se gesta en el proceso de queerificación, en el cual “la cotidianización de la presencia pública de las disidencias sexuales, la generación de servicios, comercios, la sexualización del ambiente, la reivindicación y afirmación de sus identidades sexuales, la intervención de políticas públicas” (BINNIE, 1995, p. 197 - 198), así como las interrelaciones entre consumidores y comerciantes, se circunscriben a los espacios comerciales y le dan vitalidad a un área de la ciudad.

La ontología de los territorios *queer* tiene una dimensión política, económica y socio-cultural, en primer lugar porque es una cultura contestataria que irrumpe y subvierte el *status quo* socio-espacial del mudo heterosexista, configurándolo como un espacio de resistencia. En segundo lugar, porque la interacción de las esferas sociales y económicas son estimuladas por la participación activa de consumidores, empresarios y organizaciones militantes que ejercen presión política, social y moral de forma pública, reafirmando sus identidades, reivindicando sus sexualidades, sus derechos civiles y espacialidades no convencionales en un contexto comercial.

El origen y punto de partida de los territorios *queer* son los bares, cuya figura es esencial ya que dinamiza las actividades económicas al ser este sector de la población un perfil de consumidor rentable, en ellos se permite el encuentro entre congéneres, y da cohesión a una comunidad regida por sexualidades no convencionales, en un contexto urbano (ACHILLES, 1998). Desde estos espacios, se puede entender que las prácticas socio-espaciales de las disidencias sexuales se dan términos de relaciones de

poder, siendo la ciudad un espacio de lucha continua donde los movimientos y las demandas de desigualdad de acceso a ciertos derechos de ciudadanía son continuas (CASTELLS, 2008) y los bares son esas pequeñas trincheras y primeros campos de guerra.

En este sentido no se puede desvincular el trinomio sexualidad-ciudad-economía, puesto que el enlace entre flujos monetarios y la mercantilización de necesidades básicas que permitan el desenvolvimiento digno de las disidencias sexuales modela los territorios queer, partiendo del consumo y la generación de comercios que en esencia humanizan a las disidencias sexuales a través de la adquisición de la comodidad social no excluyente, la sexualidad, las identidades, la dignidad, el reconocimiento, el amor, la libertad, el humor, el sentido de lo lúdico, (NUSSBAUM, 1998), lo que permite consumir la convivencia, el establecimiento de lazos entre los congéneres de tipo afectivo y/o sexual entre personas del mismo sexo, la visibilidad o el ambiente lúdico fuera de la hostilidad heteronormativa.

Las prácticas de consumo son uno de los motores importantes que dinamizan los territorios queer, principalmente por el impacto económico y socio-cultural que representa en el medio urbano, con la integración de nuevos perfiles de consumidores la diversificación de servicios y el reconocimiento de sexualidades no convencionales. La prácticas de consumo tienen que ser vistas desde un vitral cultural, puesto que se desenvuelven sobre una red de significados constituida en el mercado simbólico de bienes, es decir que definen identidades sociales y que permiten la realización de los performances como proyección de ensoñaciones sociales, ideales, gustos, posiciones sociales y económicas, a través del consumo (JANEY, 2006; ZAPATA, 2011, PUCCINELLI, 2011). Aunado a ello,

### Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

el consumo de las disidencias sexuales se traduce en diferentes escalas, desde el consumo de los negocios hasta la corporeidad de los consumidores, esta multiescalaridad permite reflexionar sobre la idealización y mercantilización del cuerpo, la configuración de las identidades sexuales o las performatividades. El cuerpo como eje de discusión central en la geografía de las disidencias sexuales es considerado como la primera escala espacial, además de ser una herramienta para cuestionar aspectos socio-culturales, comerciales y políticos, como la idealización de los cuerpos comercialmente, la regulación de la sexualidad o la construcción de las identidades sexo-genérica, dilucidando las nuevas categorías de género y sexuales, que escapan del binarismo hombre-mujer/masculino-femenino (HORNE, 1996; BELL y VALENTINE, 1995).

Como lo menciona Smith (1993, p.102) “el cuerpo establece la frontera entre el yo y el otro, tanto en sentido social como físico”, por tanto la idealización de los cuerpos y las diversas identidades de las disidencias sexuales a la hora de tener performatividad da cabida a su valorización, a la inclusión o la exclusión, todo conforme a las normas de comportamiento en los lugares, donde proyectan y comparten, a través de la repetición, visiones, estilos de vida, ensoñaciones, etc., principalmente en un contexto comercial. Estas corporeidades no alineadas al sistema heteropatriarcal llevan intrínsecamente discursos políticos, sociales, comerciales, etc., que rompen con las estructuras heteronormativas y contribuyen a su vez a la queerificación de los espacios, a través de la habitualidad del performance, obteniendo mayor reconocimiento a través del consumo de espacialidades que permitan su desenvolvimiento pleno.

En este contexto, la mayoría de los trabajos de la geografía de las disidencias

sexuales o geografía *queer* son anglosajones y se apoyan de otras disciplinas geográficas como la geografía económica, política, urbana o cultural. Este diálogo interdisciplinario da soporte epistemológico a este campo emergente, cuyas fuentes de conocimiento son el análisis de los barrios gay, las manifestaciones, el marketing rosa, el consumo, el cuerpo, la empresariedad o el deseo. Aunque también en los últimos años han comenzado a tener mayor visibilidad nuevas formas de producción de los espacios *queer* que se encuentran fuera de los contextos comerciales tradicionales, como lo son iglesias incluyentes o los hogares homoparentales, de esta manera se amplían horizontes de estudios al mostrar múltiples realidades socioespaciales no convencionales, su estudio coadyuvaría al reconocimiento de las disidencias sexuales como parte de la realidad socio-espacial y su contribución a las sociedades actuales.

### Surgimiento y Consolidación de la 'Meca Gay' mexicana: la Zona Rosa

El mercado rosa en México aporta anualmente 46 millones de dólares<sup>3</sup>. Empero, el origen del mercado rosa se encuentra en la Ciudad de México, con varios escenarios que responden a realidades y contextos socio-económicos y culturales diferentes. Desde finales del siglo XIX y principios del XX el centro de la Ciudad de México fue lugar para encuentros furtivos de la comunidad homosexual masculina de las clases altas, la geografía del deseo homosexual, 'ese reino increíble, disperso, nocturno, vergonzante o descarado' que describe Salvador Novo (2008), estaba limitada principalmente en el centro de la Ciudad de México, lugares como el Jockey Club, en el Palacio de los Azulejos, algunos bares y cantinas como 'Madre Selva' o 'Eloínes'; el ligue callejero en la Alameda Central, San Juan de Letrán (hoy Eje Central)

### Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

y Plateros (hoy Madero); y algunos departamentos<sup>4</sup>, cuartos de azotea, baños y balnearios (MONSIVÁIS, 2002 y 2008; NOVO, 2008). Ya en los años setenta y ochenta comenzaron a surgir bares dirigidos abiertamente a las disidencias sexuales, en el Centro Histórico ('Villamar', 'Oasis', 'Viena' o 'El Salón Marrakech', frecuentados por clases populares). En cambio en las colonias Roma, Condesa y Juárez, (principalmente la Zona Rosa) las clases acomodadas se daban cita (BAUTISTA, 2010), creciendo y diversificándose a finales de la década de los noventa, además de ser el centro principal donde se importó la identidad gay muy al estilo estadounidense y europeo

En la actualidad hay varios puntos de reunión para las disidencias sexuales, el centro histórico sigue siendo referente de los espacios para la homosociabilización, en la calle República de Cuba se encuentran ubicados varios bares-discotecas muy arraigados a sus orígenes de cantina, lo mexicano y lo popular, con un aire alternativo o kitch, es reconocido como el segundo corredor gay de la Ciudad de México (BOIVIN, 2011). En las colonias Juárez, Roma y Condesa, hay una amplia variedad de discotecas y bares gay, aquí se encuentra la librería *El Armario Abierto* de temática gay y una gran cantidad de restaurantes y cafés *gay* y *gayfriendly*, frecuentados principalmente por clases medias acomodadas, aunque si bien ya desde los setenta estas colonias eran escenario de los ligues callejeros y los encuentros en algunos establecimientos como los restaurantes Sanborns o los VIP's. En las colonias Polanco y Lomas Bosques de Reforma han surgido discotecas dirigidas a consumidores con poder adquisitivo alto. Por otro lado, las disidencias sexuales de clases medias y bajas de la Ciudad de México y del área conurbada también gozan de tener sus propios espacios, ejemplo de ello, '*Spartacus Disco-Bar*' una de las discotecas más

emblemáticas del ambiente gay en México, ubicada en el oriente de la ciudad (PARKER-STAINBACK, 2012; LIST, 2005; SÁNCHEZ y LÓPEZ, 2000).

Sin embargo, Zona Rosa mantiene un lugar relevante para las disidencias sexuales y para la Ciudad de México, el vínculo con las sexualidades periféricas se originó en los años setenta, haciendo de su presencia una habitualidad, principalmente a finales de los años noventa con la proliferación de los comercios y la inclusión de diferentes grupos socioeconómicos e identidades. Ello ha contribuido a la configuración de un imaginario de carácter dominante, que no sólo está anclado un grupo social, en este caso a las disidencias sexuales, sino que es asumido por 'los otros' (HIERNAUX, 2007).

Ubicada en la colonia Juárez, en la Delegación Cuauhtémoc del Distrito Federal, la Zona Rosa tiene un origen de exclusividad, de elitismo y comercial, como parte del proyecto que fue la colonia Juárez durante el porfiriato, dirigido hacia la aristocracia de aquel entonces. El nombre de Zona Rosa tiene varios orígenes, Vicente Leñero la bautiza así porque 'era demasiado tímida para ser roja y demasiado atrevida para ser blanca', otra versión más sobre el nombre está relacionada con los edificios rosas que describe Carlos Fuentes (1958) en su obra *La región más transparente*.

En los años cuarenta, la Zona Rosa se convirtió en el área comercial más exclusiva, glamorosa, moderna y vanguardista, con apertura de cafés y restaurantes con terraza al estilo europeo, galerías de arte, boutiques, hoteles, etc. (ACOSTA, 2007, VÁZQUEZ, 2013; GUÍA TURÍSTICA DELEGACIÓN CUAUHTÉMOC, 2013). Para la década de los cincuenta y sesenta la Zona Rosa era un referente de intelectualidad y protagonista del *boom* artístico latinoamericano, en ella se respiraba un ambiente de libertad y permisividad. También era el escenario de los

### Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

nuevos ambientes, del descaro, de la juventud, de la moda, de la llamada '*gente bonita*' que podía exhibir sus vestimentas importadas de Europa y Estados Unidos, además de representar la adquisición de un modo de vida exclusivo (Acosta, 2007; PARKER-STAINBACK, 2012; BLANCO, 2005; LAGUARDA, 2011; MONSIVÁIS, 1970).

En los setenta, ubicado en la calle de Londres surge el *Bar El Nueve*, el primer establecimiento en recibir a la clientela homosexual de clase media-alta que pretendía emular los gustos, aspiraciones y actitudes de la comunidad gay estadounidense, introduciendo así un estilo de vida gay desde la forma de vestir y de hablar, hasta la influencia musical con la llegada de la música disco y los grandes íconos gay (Donna Summer, Gloria Gaynor o ABBA) haciendo de este bar un lugar de élite y vanguardista, donde el epíteto del 'joto' fue sustituido por la palabra 'gay' (BLANCO, 2005). En esta discoteca comenzó a gestarse la identidad gay, además fue piedra angular para que en la Zona Rosa comenzaran a surgir y desaparecer bares, cafés y discotecas *gayfriendly*, siempre con un perfil discreto, cuyo factor que propiciaba las aperturas y clausuras era la corrupción del gobierno local (LAGUARDA, 2009; 2011; BOIVIN, 2011).

Otro de los lugares pioneros y emblemáticos de la Zona Rosa es 'El Taller', ubicado en el sótano de Florencia #37. Su apertura en 1986 fijó un precedente en la legalidad de los comercios gay y en el activismo de las disidencias sexuales, siendo de los primeros espacios en México en tratar el tema del VIH/SIDA, además de renovar el incipiente mercado rosa, con una imagen innovadora inspirada en las discotecas de Nueva York, aunque únicamente dirigido a hombres homosexuales, cuya imagen evocara a la masculinidad, la rudeza y la virilidad (BLANCO, 2005; BAUTISTA, 2010

GÓNZALEZ DE ALBA, 2006). En los años noventa, las discotecas gay de la Zona Rosa operaban con discreción, y estaban dirigidos hacia un cierto prototipo de gay definido por el poder adquisitivo, la imagen, la edad o la masculinidad. En este contexto, en 1998 nace el corporativo '*Cabaré-Tito*'<sup>5</sup>, que representó la renovación del pequeño mercado gay de la época, fungiendo como la piedra angular para el desarrollo e impulso del *pink market* en la Zona Rosa. Sus fundadores tenían conocimiento de las condiciones del mercado gay exclusivo, de tal manera que hicieron de su negocio una propuesta innovadora, interesándose en nuevos perfiles de consumidores, favoreciendo la inclusión de diversas formas de expresión de las disidencias sexuales, con un perfil socio-económico diferente y con cobertura a gente más joven, con gustos e intereses distintos al prototipo de consumidor gay establecido. Además, impulsaron campañas para la visibilidad de las disidencias sexuales en el espacio público, como las muestras de afecto entre parejas homosexuales. Tanto '*El Taller*' como el corporativo '*Cabaré-Tito*' son dos espacios que abrieron camino por el marco legal para la proliferación de más comercios gay, facilitando la visibilidad, la diversificación y la dinamización de los flujos económicos de la Zona Rosa y de esta manera comenzaba a consolidarse en ella un imaginario gay.

En los primeros años de la década pasada surgieron varios negocios, en lo que hoy es conocido como el mayor corredor gay de México: la calle Amberes. En 2003 abrió el café-bar '*B Gay, B Proud*', el primer negocio abiertamente gay, frecuentado principalmente por jóvenes, y finalmente cerrado en 2009<sup>6</sup>. En torno a esta apertura surgieron otros establecimientos como la discoteca '*Lipstick*' en 2004 dirigido a clases acomodadas, la cafetería-bar '*42nd street*' en 2005 y la discoteca '*Boy Bar*' famosa el

## Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

cuarto oscuro y los shows de strippers, que imprimían en ella una imagen sexual y erótica.

Posteriormente comenzaron a diversificarse los negocios a lo largo de la calle Amberes y en el resto de la Zona Rosa, así apareció la primera sex shop 'Gold Dreams', la tienda de regalos gay 'Rainbowland', tiendas de ropa como 'Sodoma Boutique', la librería 'Voces en Tinta', otras cadenas de sex shops abrieron establecimientos y comenzó la apertura de gran variedad de discotecas y bares con diferentes perfiles de consumidores, haciendo aún más habitual la presencia de las disidencias sexuales e intensificándose el proceso de *queerificación* de la Zona Rosa. En este proceso también ha intervenido el gobierno del Distrito Federal abriendo el Centro Comunitario de Atención a la Diversidad Sexual y la Fiscalía Especializada en Delitos Sexuales. Actualmente los comercios gay se encuentran principalmente en las calles Amberes, Niza, Florencia, Londres y Estrasburgo. Hay 27 discotecas, 6 tiendas de ropa, 6 sex shops, 2 comercios con cabinas sexuales, 1 condonería, 1 librería, 1 tienda de regalos alusiva a los símbolos gay y 2 establecimientos con cabinas exclusivas para encuentros sexuales.

### El consumo gay: identidad, cuerpos, performance y deseo

El consumo gay en la Zona Rosa, como en todos los barrios gay, es impulsado por el deseo de adquirir una comodidad social, es decir, se consume un lugar para escapar del mundo hostil de la discriminación, para tener la libertad de expresarse públicamente al apropiarse de espacios que permiten la homosociabilización. Además, su consumo puede considerarse un acto político al ser una práctica que subvierte la imposición heterosexista, de esta manera los comercios

funjen como espacios de resistencia donde anclan sus bases ideológicas como forma de protesta, cuestionando por un lado la ciudadanía de las disidencias sexuales desde la perspectiva legal, así como también los valores morales construidos en la sociedad heteronormativa desde las cuales se les estigmatiza (GLENNIE y THIRFT, 1993; MANSVELT, 2008).

Con el nacimiento del corporativo 'Cabaré-Tito' y la apertura de varias discotecas gay en la calle Amberes, en la Zona Rosa se fue configurando una atmósfera de carácter político y cultural, debido a la presencia cada vez más visible de las disidencias sexuales y a la inclusión de estratos socio-económicos medios-bajos y de diversas identidades sexuales.

*[...] Mi novio Gil y yo venimos por primera vez cuando teníamos como 18 años, nos gustaba mucho entrar a 'La Gayta', que después de ser una linda cafetería fusionada con bar se convirtió en un bar muy feo, más que nada por la gente, que principalmente viene del oriente, como no hay cover. Ahora hay más opciones, nos encanta 'La Suite', aquí viene gente linda, se esmera en su apariencia, además tocan música de moda, es de lo poco selecto en Zona, el ambiente comienza onda 11 de la noche. Otro buen lugar al que voy es Lollipop, nada que ver con los otros como 'Le Cirque' o 'Papi', donde va gente 'naquita', medio corriente y vulgar. (Ferdinand, 25 años).*

*[...] En lo personal creo que hay más opciones de comercios gay, y se han diversificado los antros (discotecas). O sea, se ha especializado como en cierto estilo*



**Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares**

*de gay, esto es porque hay más apertura, hay diversos intereses, y de alguna manera sí te identificas con los antros a dónde vas. Cuando entro con mis amigos y mi novio a los 'antruchos' de mala muerte de Amberes, el ambiente es muy diferente, están en malas condiciones, son muy chicos, apretados y no hay agua. Creo que la gente va allí porque es muy barato. Hay otros que son baratos como 'La Suite' aunque tiene un cover no caro de 70 pesos, quizá haya gente que no lo paga porque o compran cervezas o pagan el cover, o porque quizá tampoco les gusta la música que aquí se toca un estilo más electro-house. (Gil, 25 años).*

*[...] Siempre que venimos a Zona vamos a 'La Gayta', 'Cabaré Tito' o 'al Papi', pues es barato, además la música está chida y variada, reggaetón, pop, salsa o guaracha. No hay gente mamona que se crea Madonna o toda una diseñadora de modas ¡Y el ambiente que se hace cuando sales a fumar a la calle se pone bueno! (Omar, 20 años).*

La diversidad de perfiles de consumidores de la Zona Rosa construyen los significados de los bienes consumidos, reapropiándolos en función de sus necesidades, a la hora de ser consumidos se le atribuye una serie de valores en la forma en cómo son usados y apropiados, fijando su posición social en ellos (CANCLINI, 1995; LUNT y LIVINGSTONE, 1992). De esta manera, la inclusión de las clases populares en los comercios de Amberes, independientemente de que los dueños de los negocios dan esta apertura, los mismos consumidores han ido transformando los significados de los

servicios ofertados, apropiándolos y contextualizándolos a sus realidades sociales, intereses, gustos, deseos, identidades, etc., recreando mundos al elegir cierto estilo de discoteca, tanto por su diseño como por el poder adquisitivo y por la gente que los frecuenta, imagen, estilos de vestir, gustos musicales y lugar de origen.

La diversificación de opciones de entretenimiento nocturno en Zona Rosa es considerable, los consumidores ejercen tanto el criterio de selección entre compra, gasto, placer e identidad, y el ambiente generado y compartido entre consumidores. La comunidad gay también es seducida por las estrategias de mercado de los negocios, que les ofrece adquirir una experiencia única fuera de su cotidianidad heteronormativa (LUNT y LIVINGSTONE, 1992). La cotidianización de la presencia de las disidencias sexuales en la Zona Rosa ha anclado un paisaje sexualizado que se experimenta a todas horas del día, y por tanto generando un capital social que dinamiza las prácticas comerciales de la Zona Rosa. Este capital social ha sido aprovechado por empresarios, lo que ha derivado en la apertura y oferta de nuevos negocios como una vasta oferta de sex shops, cabinas sexuales, tiendas de ropa, librería, y la proliferación de comercio informal, como la venta de suvenires alusivos a la cultura gay (pulseras, collares, banderas, etc.), hasta la venta de drogas y la prostitución, que se han añadido a la oferta de comercios más allá de discotecas y sus diferentes estilos.

Las disidencias sexuales son el agente económico más importante de la Zona Rosa, y en este sentido es necesario contemplar el diálogo establecido entre empresarios (muchos de ellos homosexuales) y consumidores, ambas partes coadyuvan en la atribución de significados a los comercios e intervienen en la configuración de la identidad de los lugares, de los consumidores

**Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares**

y la ensoñación de los comercios ofertados. Ejemplos de ello son el surgimiento de la discoteca 'Nicho Bear and Bar' un lugar enfocado a la identidad oso, que surge como una demanda entre la misma comunidad y la librería 'Voces en Tinta' que surge en medio de la necesidad de adquirir literatura *queer* en México.

*[...] Abrimos en 2008, 'Nicho Bar' se originó de una manera natural como consecuencia de los eventos que realizamos la comunidad de osos, la cual nos pidió un espacio fijo [...] Como hombres gais con aspecto y gusto por el físico de los osos, hombres gordos, velludos que no van con el estereotipo típico del gay delgado y afeminado. Nos pareció natural invertir en nuestra comunidad, queríamos un lugar exclusivo como los que hay en Estados Unidos, Londres, Madrid, París. La Zona Rosa nos parece el lugar natural para un bar gay, al ser el espacio reconocido como un lugar de encuentro de la comunidad. 'Nicho' es un espacio innovador pues es un espacio creativo y en constante cambio es muy importante, incorporamos elementos visuales alusivos a nuestra corporeidad, damos información de lo que significa para nosotros la comunidad de Osos y de lo que somos. (Socio de 'Nicho Bear and Bar').*

*[...] En España encontraba mucha literatura LGBT que no encontraba aquí en México, entonces me la traía y ya aquí en México mis amigos y amigas me pedían prestado los libros. Luego me propusieron venderlos, porque eran muy*

*solicitados. Se me hizo fácil traerme un primer cargamento y meterlos a las librerías, yo quería meterlos a las grandes librerías, pero en muy pocas los recibieron, por ejemplo una de las grandes librerías, "Gandhi", me dijeron que ellos no vendían libros para 'putos'. Y bueno, finalmente decidí abrir la Librería aquí en Zona Rosa, ya que es lugar de encuentro de la comunidad gay. También es un lugar muy céntrico, entonces puede venir gente de diferentes puntos de la ciudad (Propietaria de 'Voces en Tinta').*

*[...] A Zona Rosa vengo por algunas marcas de ropa que hay aquí, como 'Es Colletion', la boutique de Alex May en Plaza del Ángel, por libros a 'Voces en Tinta'. [Zona Rosa] está rico para echar la plática y para bailar cuando vienen buenos DJs. 'La Suite' e 'Infinity' son de lo mejor que hay aquí, con mi círculo social es lo frecuentamos. Antes venía mucho a 'Híbrido' pero lo cambiaron a la Roma (Miguel A., 31 años, Condesa).*

A diferencia de otras áreas con comercios gay en la Ciudad de México, en la Zona Rosa se pueden observar diferentes formas de construir la identidad sexual y de sociabilización a través de sus hábitos de consumo, puesto que marcan los límites de acción entre los diferentes grupos socio-económicos, identidades y las rutas de sus patrones de consumo, así los grupos con poder adquisitivo alto acuden a comprar ciertas marcas de ropa, libros importados o acudir a eventos con precios que las clases populares no pueden adquirir. Las prácticas de consumo de las disidencias sexuales

### Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

pueden ser vistas como marcadores sociales, de los estratos socio-económicos e identitarios, y toman sentido de forma pública a través de los valores simbólicos y monetarios impresos en los negocios (PUCCINELLI, 2011).

Por otro lado, las clases populares provenientes principalmente del oriente de la ciudad, acuden a las discotecas con costos accesibles, ubicadas en Amberes o los espacios de 'Cabaré-Tito'. El metro es la forma de transporte más usual, para muchos de ellos, principalmente los más jóvenes, la fiesta debe terminar antes de las 12 am para poder alcanzar la última corrida del metro, o bien otra opción es quedarse a esperar en la Glorieta de Insurgentes la apertura del metro desde el cierre de las discotecas a las 3:00 o 4:00 am, hasta las 6 o 7 am cuando comienza a operar de nueva cuenta el metro.

*[...] Muchas veces nos tenemos que ir temprano porque el último metro pasa a las 12 de la noche, y llegar a nuestras casas es necesario. Cuando traemos dinero nos quedamos hasta que cierran los lugares, y es algo muy común ver en la glorieta a muchos chavos esperando a que abran el metro, si es en sábado a las 6 y si es en domingo hasta las 7. A veces es horrible la espera, pero pues conoces a gente allí, ligas y se hace más ameno, por lo regular siempre vamos al mismo destino, Iztapalapa, Iztacalco, Neza, Chimalhuacán (Oriente de la Ciudad de México)... (David, 21 años).*

Además de la capacidad del gasto y gusto por las discotecas, otra de las variables importantes para establecer las fronteras entre las rutas de consumidores en la Zona Rosa es

la corporeidad, el cuerpo también representa un objeto de deseo, de posesión, de idealización. En primera instancia a través de la ropa, de cómo actuar en el espacio, cómo verse en el aspecto físico y el estereotipo de los roles sexuales atribuidos en las relaciones sexuales, además de saber dónde pueden tener cabida las performatividades. Veamos estas citas de entrevistados pertenecientes a distintos grupos:

*[...] La verdad te das cuenta a dónde van cierto tipo de personas en cómo viste. Es evidente ver a los chicos delgadísimos, afeminados, escandalosos, con ropa pues de 'medio pelo', súper ajustada, ¿no? Y sus lugares son los de siempre los antros más baratos de Amberes, 'Los Cabare-Titos', que además son súper jotos, y siempre los señores van a buscarlos para ser 'las pasivas'. En cambio pues la mayoría de los que visitamos son 'Infinity', '42' y 'Lollipop' pues tenemos como que otra tendencia, si son muy claras las diferencias en la ropa, el gusto y la actitud (Ángel, 24 años).*

*[...] Si te das una vuelta por Zona Rosa te das cuenta de cómo son diferentes los lugares. En Florencia están más lo señores, así gordos, feos, muy varoniles, como los de 'El Taller' donde no permiten el acceso a travestis, ni mujeres, ni gais muy afeminados. Amberes es un poco más juvenil, y ves desde los 'chacas' hasta los niños bien, y se nota mucho en su forma de vestir, peinado, accesorios, como hablan y la forma de actuar. También los osos tienen sus propios lugares, las lesbianas tenemos algunos lugares*

**Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares**

*exclusivos como 'Botas Bar'...  
(Tania, 28 años).*

El sentido que toman las identidades gay se ve reflejado en los espacios que consumen, el cuerpo como un lugar y práctica social, refiere a la localización de los individuos y en esas prácticas está contenida la identidad, la acción y el pensamiento (MCDOWELL, 1999). En él también se reflejan los determinantes de los espacios consumidos, como los estilos de vestir, los peinados, las formas de los cuerpos, los códigos de comportamiento y lenguaje (verbal y corporal), y llevan de forma intrínseca las marcas de estos espacios (LEFEBVRE, 1991). En este caso, la heterogeneidad de las intersubjetividades gay determina los patrones de sociabilidad y se ven impresos en los lugares apropiados, ejemplo de ello, el caso de los negocios del corporativo 'Cabaré-Tito' que son muy conocidos por las coreografías de canciones pop organizadas por los consumidores de esta manera ellos contribuyen a la identificación de los comercios, de sus formas físicas de expresión, el cuerpo como espacio y como lugar.

La identificación de los comercios con una identidad sexual, permite reflexionar la forma en qué de forma dialéctica se aprehenden los espacios de consumo a las corporeidades, lo cuál hace atractivos los negocios no por los servicios o productos que se ofertan, sino por el tipo de consumidor que los frecuenta. Así lo hacen ver Miguel Ángel, Omar y Penélope.

*[...] La clase es algo que no se puede negar; ni el buen gusto, así de simple. Entonces, te encuentras a gente de muchas partes, son identificados y deduces de dónde vienen y adónde van. Cuando venimos amigos y queremos tener*

*algo con alguien, siempre nos vamos a los bares del 'Cabaré-Tito' o algunos de Amberes, allí hay chicos que pues acceden a todo por algunos tragos, regularmente siempre elegimos a los mas corrientitos, sólo buscan emborracharse gratis. Eso es algo muy recurrente de los de aquí del 'Almacén', 'El Nuevo Vaquero', inclusive de 'Nicho', ir por ellos [...]' (Miguel Ángel Leo, 43 años).*

*[...] Muchas veces algo que ocurre en los lugares que frecuentamos es que vienen señores en busca de chavitos y nos tenemos que 'fletar' con ellos cuando ya casi no tenemos dinero. En mi caso, he de confesar, que con algunos de mis amigos vamos al '42', 'La Elegante' o 'La Botica' por señores que quieran pagarnos la borrachera y luego regresamos a nuestros antros favoritos, pero señores guapos, no señores allí feos como los de 'El Almacén' que por lo regular son los que 'aflojan' más dinero, siempre eligen a los muchachos delgados, bajitos o muy afeminados. Las mujeres lesbianas también lo hacen [...]' (Omar, 20 años).*

*[...] Por lo regular en 'Gayta' y 'Le Cierque' vienen señoras así ya muy mayores, recuerdo hace una semana vinieron tres mujeres, ya más de 40 y nos invitaron al 'Botas Bar', allí hay un piso exclusivo para mujeres, en parte está chido porque te invitan las chelas a cambio de algo. Saben a dónde ir por muchachas, aunque yo prefiero no irme, pero he de confesar que siempre me ligo a alguna mayor que yo, para que*

**Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares**

*pague y todos ganamos [...] (Penélope, 21 años).*

Las corporeidades y el deseo por éstas también son punto de partida para la actividad del consumo, es decir, que el perfil de consumidor erotiza los comercios y los convierten en una atracción para frecuentar los negocios, en la búsqueda de compañía o encuentros sexuales, que a su vez también deja beneficios económicos. Los cuerpos como objetos de deseo son capaces de generar discursos y prácticas alternativas (BRU, 2006), por tanto se puede argumentar que es un tipo de consumo indirecto, puesto que los productos ofertados no son el atractivo central de los negocios, sino más bien es el paisaje erótico configurado por las diferentes corporeidades, las identidades gay, el estrato socio-económico y las edades de los consumidores que identifican los negocios. Como otro factor que marca las rutas de consumo en la Zona Rosa, el consumo del deseo y lo erótico vislumbra la heterogeneidad de formas de construir las identidades sexuales y sus propias espacialidades.

En este sentido, el tipo de interacciones sociales de las disidencias sexuales pueden ser localizadas en función de sus características socio-económicas, culturales y corporales, que marcan rutas para la homosociabilización, para compartir intereses, realidades e identidades y también para encuentros sexuales entre los mismos consumidores con ciertas características físicas y socio-económicas.

Por otro lado, los patrones de consumo de la comunidad gay en la Zona Rosa reflejan sus contextos de origen, en la forma en cómo son apropiados los espacios de consumo, la misma clientela va incorporando y atribuyendo códigos de comportamiento y significados (modos de vida, apariencia, comportamientos, estatus socio-económicos,

referentes, necesidades, etc.), y a su vez teje relaciones intersubjetivas con los lugares de consumo, constituyendo pequeñas territorialidades, que dan sentido a su identidades y permiten la recreación de sus contextos de origen en un ambiente no heterosexual.

Así lo refieren varios consumidores:

*[...] [En] los lugares que siempre frecuentamos mis amigas y amigos, nos sentimos libres, como en casa. De alguna manera, aquí podemos ser lo que en realidad somos y hacer queremos, sin restricciones. La música es importantísima, qué bonito es bailar con otro hombre, con toda la comodidad, una salsa, una cumbia, algo que siempre tienes que hacer con una mujer. A mí, la 'neta' (la verdad), me gusta más 'Cabaré-tito', 'La Gayta' o 'Le Cirque', por su música, además te topas con gente del barrio y vas agregando más amigos a tu círculo, más que nada te identificas con la gente y con el lugar, como que te sientes en confianza, y hasta te aprendes las coreografías de las canciones..."(David, 21 años).*

*[...]Yo vengo a Zona Rosa porque me siento con más libertad, siempre que vengo con mis amigos, vemos cómo se van transformando los chavos en el metro, se maquillan, se ponen delineador, se peinan y sólo para venir a los antros de Zona Rosa, desde el Oriente de la Ciudad. Zona Rosa nos brinda [sic] esa libertad de hacer cosas que no podemos hacer en nuestras casas o por donde vivimos, [por ejemplo] ver a mi amigo vistiendo pantalones ajustadísimos, chapitas, allá donde*

**Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares**

*vivimos es imposible, de ser así sería agredido. O bien que mi hermano y yo anduviéramos con nuestras parejas tomados de la mano en las calles de Neza sería horrendo[...] Elegimos siempre ‘Cabaré-Tito Fusión’, ‘La Gayta’ o ‘La Facultad’, por que el ambiente se pone muy bueno, ahí ponen de todo, no nada más electro y esas cosas como en otros lugares creídos, además son baratos, por ejemplo ir a Lollipop o Kinki sería mucho gasto y además como que va otro tipo de gente que no nos gusta mucho, es muy mamón el ambiente, con gente creída... (Reina, 22 años).*

*[...] Aquí en Nicho la cosa se pone bien, nos identificamos por cómo somos, pero igual por los gustos, muchas veces como que no encajamos en otros lugares o muchas veces somos discriminados por ser gorditos, siempre prefieren a chicos delgados o con buenos cuerpos, como el cliché del gay. Como sabes, aquí hay roles, que el oso, el cachorro, el cazador (aquellos que no tienen las características de los osos pero que tiene una fijación con éstos), entonces como comunidad nos sentimos muy a gusto aquí, sabemos quiénes y cómo somos. Hay otros espacios como ‘El Almacén’, ‘El Nuevo Vaquero’, ‘Thomes Leather Bar’ en la colonia Condesad donde también nos identificamos... (Ignacio Sánchez, 32 años).*

*[...] Los lugares que frecuento son ‘La Suite’, ‘Infinity’, ‘Neón’ y ‘42’, pues son los que mejor ambiente tienen. Te das cuenta de quién entra*

*o no al desmadre, porque entendemos la música que está de moda, y todos los lugares de Zona que tienen esa música cobran cover, y cuando ves a un ‘naquillo’ por aquí se sale rápido porque sólo le gusta su Lady Gaga o su reggaetón, y no entiende. Aquí pues se trae un poco de lo que hay en Polanco o esos antros bien. Yo vengo a los raves (eventos de música house y electrónica) que se hacen en ‘La Suite’ e ‘Infinity’ y viene gente presentable. (Pablo, 28 años).*

En el consumo del deseo por la libertad existe una ensoñación que reproduce fantasías geográficas al reconstruir una realidad social fuera de los patrones heteronormativos del binarismo hombre-mujer, al jugar con elementos culturales propios de sus contextos de origen y de sus anhelos, adaptándolos a un ambiente homosocial. Aunque también delimita las fronteras de la inclusión y exclusión, a partir de los referentes socio-económico, los intereses y los comportamientos, que se ve traducido en las diferentes experiencias espaciales a partir de la música.

*[...] ¡Puf! La música es para mí algo espectacular, maravilloso. Siempre que venimos aquí es porque sabemos que pondrán música de nuestras divas, que en otro lado no podríamos bailar o imitar o hacer la coreografía con toda la libertad que aquí nos ofrecen estos lugares. Puedes ver eso, cuando ponen a Mónica Naranjo, a Cher, a Lady Gaga, o Fey todos se ponen a bailar, a cantar como ellas. (Osiris, 35 años).*

*[...] Aquí el lugar te transporta a*

**Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares**

*Europa, vienen DJs reconocidísimos, es otra onda, entras en un momento como de éxtasis y te pierdes, te olvidas de que estás en Zona Rosa y que enfrente o a dos calles están escuchando salsa o Jenny Rivera... (Ferdinand, 25 años).*

*[...] Algo que me gusta mucho aquí de 'La Botica' o 'Nuevo Vaquero' es el 'mix' que hacen entre lo mexicanote, música de banda, salsa, ranchera, con lo gay y el pop, no puedes ir a una cantina o bar donde pongan esa música y estar con tu pareja o si vas a otro antro gay no ponene eso porque es naco y dicen esas cosas, aquí si lo puedes hacer. (Ricardo Gómez, 29 años).*

Las performatividades de las identidades gay también toman sentido en la configuración de espacios sonoros, que son adquiridos por el deseo de libertad, de escape de sus contextos heteronormativos y homofóbicos, y también por el idealización del estereotipo del gay pretendido. La experiencia espacial de la música remite a sentirse en casa, se crean espacios vividos, pequeñas esferas de sensación y emoción, a partir de materialidades e imaginaciones sonoras (NEVE, 2012). En este sentido, a través de los diversos escenarios musicales crean un resort donde es posible soslayar la opresión, siendo el cuerpo el lugar desde donde se realiza un acto subversivo contra ello, mediante el baile, el encuentro entre personas del mismo sexo, los gestos o los movimientos, o simplemente el sentirse la figura icónica admirada.

Aunque son espacio de consumo, esta práctica es el motor que permite a las disidencias sexuales construir habitares, puesto que la atribución de significados,

realidades y memorias colectivas a espacios usados y compartidos (GLIGLIA, 2012) le dan ese carácter habitable a los negocios, íntimamente ligados a las identidades sexuales. En el habitar “se fundan y reproducen universos culturales específicos, compuestos al mismo tiempo de símbolos, de emociones y de relaciones de poder” (GIGLIA, 2012, p. 23), y en este sentido se puede hablar de un habitar general de las disidencias sexuales en la Zona Rosa respecto al mundo heteronormativo reconociendo esta área de la ciudad como un lugar queerificado, y de forma particular en diferentes habitares que responden al conglomerado de expresiones identitarias de las disidencias sexuales y sus espacios apropiados.

Los diferentes habitares<sup>7</sup> de las disidencias sexuales en la Zona Rosa conviven unos con otros, y generan territorialidades donde toman sentido sus performatividades y se comparten realidades sociales, formas de relacionarse, de vivir y experimentar el mundo, así como de situarse en él, respecto al mundo heteronormativo, pero también al interior de las disidencias sexuales y sus diferentes formas de expresión.

Las territorialidades *queer* se caracterizan por una multiescalaridad, al ser conformadas desde sus habitares hasta el cuerpo y las implicaciones que en él se reflejan, como la imagen, el deseo, la ideología, el lenguaje corporal, los roles sexuales atribuidos a ellos y el discurso generado en él a través del estigma por estatus socio-económico o lugar de origen. Como lo menciona Monsiváis (2008, p. 42), “el guardarropa de los gais es su ideología, no por frivolidad, sino porque la adoración de la apariencia es la proclamación divertida de la disidencia”, en ello cabe precisar que la disidencia de estas territorialidades no sólo se construye respecto a lo heteronormativo, sino que en esta complejidad de expresiones de la identidad de las disidencias sexuales se cuestionan los

## **Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares**

estándares del estereotipo gay generalizado y comercializado, adoptado por las clases acomodadas, refutado por otros grupos identitarios como los osos o los leathers, y adecuado por las clases populares no sólo en forma (estilo de ropa, gusto musicales, aspiraciones), sino en contenido, dando lugar a un sincretismo con sus contextos de origen, haciendo una mezcla de las tendencias gay con lo popular y lo mexicano, donde el cuerpo es el vehículo de expresión, a que lugares puedes acceder y de cuáles son excluidos.

La performatividad de las diferentes identidades sexuales forma también parte de la experiencia del consumo, y se produce y reproduce a través de las reglas de comportamiento, de identificación y de deseo de libertad que son compartidas en tiempo y espacio por los diferentes grupos de consumidores (BUTLER, 2002). En la Zona Rosa también se pueden encontrar algunos espacios selectos que siguen estas tendencias internacionales, pero también algunos otros que incorporan elementos locales, lo cual hace aún más rígidas las fronteras de las territorialidades gay propiciando la existencia de una violencia simbólica entre los diferentes estratos socio-económicos (ZAPATA, 2011; BOURDIEU, 1989), que se traduce en la capacidad de acceso a servicios, lugares y en las condiciones en que se encuentran éstos, así como en el valor, legitimación de las identidades, la homofobia y el clasismo entre las disidencias sexuales.

Empero, el consumo gay de la Zona Rosa puede ser entendido a partir de el hecho de pretender alcanzar libertades, reconocimiento, visibilidad, deseo y sociabilidad de las sexualidades periféricas, aunque expresado de forma distinta, por un lado las clases populares reproducen los elementos culturales de sus contextos originales en el escenario del estereotipo gay, las clases acomodadas proyectan sus fantasías

emulando los patrones y estilos de vida de las disidencias sexuales europeas o norteamericanas, y finalmente otros tipo de identidades gay como los osos recrean espacios para su integración. Esto se traduce en la diversidad de comercios y en la corporeidad de los consumidores, siendo ambas escalas espaciales campos de batallas en las que se inscriben marcas de poder, de la transgresión de lo normativo, de los estereotipos, de lo idealizado como gay, de los estratos socio-económicos y de las aspiraciones, que van definiendo las diferentes identidades sexuales de las disidencias sexuales como consumidores de la Zona Rosa.

Finalmente, hay que considerar que los consumidores son agentes de cambio en las estructuras socio-económicas y políticas y se materializa en la modelación de los espacios (CREWE, 2000). Su participación en el proceso de queerificación de la Zona Rosa ha sido esencial, al conglomerarse diferentes perfiles de consumidores e identidades sexuales provenientes desde diferentes puntos de la Ciudad de México e incentivar las dinámicas económicas no solo de la Zona Rosa sino de toda la Ciudad. También han contribuido a la restructuración del tejido urbano, al tener visibilidad e incluir a las clases populares, elementos de la cultura mexicana, y hacer a través de las prácticas de consumo y homosociabilización una actividad política que subvierte los códigos morales y espaciales de la heteronormatividad y cuestionar los estereotipos del gay y la lesbiana generalizados.

### **Conclusiones**

Hoy en día la Zona Rosa tiene anclado un imaginario gay entorno a sus actividades, negocios y vida cotidiana que en ella acontece, aunado a ello, los comercios no



### Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

enfocados exclusivamente a las disidencias sexuales, han sido apropiados por éstas, manifestándose de esta manera el proceso de queerificación y los cambios sociales, morales y legales que el consumo gay ha ejercido en la Zona Rosa y que ha cimentado precedentes en el resto de la Ciudad de México y el país.

En este sentido, pese a que hay otros puntos en la ciudad que han comenzado a abrir comercios dirigidos a la disidencias sexuales, el imaginario urbano sobre la Zona Rosa no sólo se experimenta en relación con una otredad heterosexual, si no que en ella se aglutinan diferentes identidades queer, formas de vida, referentes e intereses, que le dan esa singularidad. Las espacialidades de consumo de las disidencias sexuales en la Zona Rosa se reflejan ese mundo tan diverso y distante entre ellas, pero cohesionadas por el sentido de disidencia y otredad, en el que se produce y reproduce la amplia de identidades y géneros, cuyos comercios juegan un papel central, además de complejizar las territorialidades de la ciudad. Las territorialidades gay que confluyen en la Zona Rosa están entrelazadas en diferentes escenarios y contextos socio-económicos, a la cual se le atribuye a una importancia económica, social y política, lo que hace posible pensarla no como un guetto sino como un territorio queer, que funge como centro de gravedad para las disidencias sexuales de la Ciudad de México, manteniendo una dinámica territorial, económica, urbana y cultural con el resto de la ciudad.

La configuración de la Zona Rosa como territorio *queer* tiene origen en la mercantilización de necesidades sociales como la seguridad, la inclusión, de convivencia entre iguales o la satisfacción de algunos aspectos sexuales (establecimientos como cuartos oscuros, cabinas en la sex shops o encuentros fortuitos en las

discotecas), constituyen los primeros espacios de reunión, mismos que se convierten en espacios de resistencia para exigir políticas públicas que les permitan desenvolverse de forma digna en el plano social y legal (NUSSBAUM, 1998), por ejemplo leyes contra la discriminación o el matrimonio entre personas del mismo sexo.

El consumo en la Zona Rosa está intrínsecamente ligado a formas de habitar y vivir la disidencia sexual de maneras distintas, apropiándose de los comercios donde instauran lazos socio-afectivos, cohesionando formas de estar juntos en relación con los lugares, compartiendo códigos de comportamiento, realidades sociales, expresando en ellos motivaciones, intenciones y la capacidad de actuar coherentemente con las reglas de habitarlo (GIGLIA, 2012). La confluencia en la Zona Rosa de las disidencias sexuales pertenecientes a diferentes estratos socio-económicos, permite recrear en las espacialidades de consumo sus realidades sociales, marcando límites y diferencias entre ellas, en cuyo caso el poder adquisitivo, el lugar de origen, los intereses, aspiraciones, la edad o corporeidades marcan las fronteras entre los diferentes mundos instaurados. Esta complejidad representa la variedad de formas en que se construye el género, las identidades y las sexualidades como producto de los discursos que establecen distinciones entre los individuos y los grupos sociales (DIXON, y JONES, 2006), donde intervienen variables económicas, sociales, culturales, comerciales o morales, en la forma de vivir, convivir y experimentar la disidencia, estas realidades singularizan a la Zona Rosa siendo el motor principal de su queerificación.

Además, el consumo de las disidencias sexuales dinamiza socio-cultural, económica y políticamente a la Zona Rosa, configurándola como un territorio *queer*

## Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

funcional e integrado al resto de la Ciudad de México. Primeramente, porque cuyos actores principales son las disidencias sexuales, y el sentido de reivindicación, subversión y de legitimación de un estilo de vida no convencional, formando parte de la cotidianidad de la Zona Rosa, en un contexto mercantilizado que imprime en la Zona Rosa un carácter político, siendo reconocido por el mundo heterosexual. En segundo lugar, porque la congregación de diferentes perfiles de clientela e identidades activa los flujos económicos concentrados en la Zona Rosa, a través del uso de las redes de transporte y de los bienes y servicios que ofrece la Ciudad de México, las relaciones comerciales con empresarios, ejemplo de ello, la Zona Rosa es punto de publicidad de los eventos gay más importantes, además permite explorar la diversidad de la megalópolis que es la Ciudad de México sus diferentes formas de vida y realidades. En este sentido, la cotidianización de las disidencias sexuales, la importancia económica y política de la Zona Rosa han coadyuvado a que el gobierno local contribuya a ese sentido de reivindicación social, interviniendo en la incentivación de los flujos económicos de los comercios gay ya establecidos, promoviéndolos como atracción turística gay de la Ciudad de México. Las interacciones entre diferentes actores han consolidado a la Zona Rosa como un territorio *queer* dinamizado por el capital social, ideológico, político y económico, y siendo reconocida su contribución a la economía y el modelaje del paisaje urbano de la Ciudad de México.

Finalmente, el epicentro del origen de un estilo de vida no heterosexual en México es la Zona Rosa, pese a ser un área comercial y no residencial, ella ha sido el punto de partida para la visibilidad de las disidencias sexuales, del surgimiento del *pink market*, de la reivindicación y la amplia gama de vivir la disidencia sexual, convirtiéndola en el

territorio *queer* mexicano y latinoamericano. El papel que ha jugado la consolidación de la Zona Rosa como territorio *queer* ha sido ha coadyuvado al surgimiento de nuevos y variados lugares para las disidencias sexuales o la integración de éstas, como lo son iglesias, foros culturales, así como nuevos movimientos en la Ciudad de México y el resto del país, en pro de leyes anti-discriminatorias o el matrimonio homoparental.

Sin lugar a dudas, hay todo un mundo por explorar al interior de las disidencias sexuales y sus espacialidades, principalmente a partir del siglo XXI en México y Latinoamérica, además de los cambios y movimientos políticos como la aprobación del matrimonio entre el mismo sexo, el impulso del turismo gay o la conformación y surgimiento de zonas de tolerancia gay en sus diversos contextos. El estudio de las espacialidades de las disidencias sexuales coadyuvaría a soslayar y combatir la discriminación desde la academia, colaborando en el otorgamiento de reconocimiento como parte de los fenómenos socio-culturales, económicos y políticos, y de forma paralela subvertir la mirada patriarcal-heterosexista que aún predomina en la academia del conocimiento.

---

<sup>1</sup> El término gay o comunidad gay en este artículo tiene un sentido comercial que visibiliza y reivindica a las disidencias sexuales y las múltiples formas de expresión de sus identidades.

<sup>2</sup> Los datos obtenidos forman parte del trabajo de campo cualitativo realizado entre enero y junio de 2013, como parte de la elaboración de la tesis para obtener el grado de licenciado en geografía humana.

<sup>3</sup> “Senadores buscan impulsar el turismo LGBT en México”. [En línea] Agencia de Noticias sobre la Diversidad Sexual (ANODIS), <http://anodis.com/nota/24969.asp>. Consultado 11 de

## Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares

abril 2014.

<sup>4</sup> *El Baile de los 41*, fue un evento que estremeció a la sociedad porfiriana. En el cual, el 18 de noviembre de 1901, la policía local intervino en una fiesta organizada por la aristocracia porfiriana en el centro histórico, aprehendiendo a 22 hombres de vestimenta masculina y 19 travestís (CAPISTRÁN, 2010).

<sup>5</sup> Entrevista realizada al Lic. David Rangel socio y fundador del corporativo 'Cabaré-Tito'.

<sup>6</sup> "Cierra tras cinco años, el primer café abiertamente gay en Zona Rosa". [En línea], Agencia de Noticias sobre Diversidad Sexual (ANODIS), <http://anodis.com/nota/13649.asp>. Consultado el 1 de agosto de 2013.

<sup>7</sup> Se utiliza el término *habitares* para dar cuenta de las espacialidades de consumo y el sentido de habitar vertido en éstas.

### Referências

ACHILLES, Nancy. The Development of the Homosexual Bar as an Institution. En: NARDI, Peter; SCHNEIDER, B. (Eds.). **Social Perspectives in Lesbian and Gay Studies**. New York: A Reader Routledge, 1998. p. 175 - 182.

ACOSTA SOL, Eugenia. **Colonia Juárez, desarrollo urbano y composición social, 1882-1930**. México: Instituto Politécnico Nacional, 2007.

BAUTISTA, Juan Carlos. La noche al margen. Brevisima relación de la vida nocturna gay. En: SCHUESSLER, Michael; CAPISTRÁN, Miguel (Coords.). **México se escribe con J. Una historia de la cultura gay**. México, D.F.: Editorial Planeta, 2010. p. 209 - 228.

BELL, David; VALENTINE, Gil (Eds.). **Mapping Desire: Geographies of Sexualities**. London: Routledge, 1995.

BINNIE, John. Trading places: consumption, sexuality and the production of queer space. En: BELL, David; VALENTINE, Gill (eds.) **Mapping Desire: Geographies of Sexualities**. London: Routledge, 1995. p. 182 - 199.

BLANCO, José Joaquín. **Postales Trucadas**. México: Cal y Arena, 2005.

BOIVIN, René. Rehabilitación urbana y gentrificación en el barrio de chueca: la contribución gay. **Revista Latino-Americana de Geografía e Género**, v. 4, n. 1, p. 114-124, 2013.

BRU, Josepha. El cuerpo como mercancía. En: NOGUÉ, Joan; ROMERO, Juan (Coords.) **Geografía humana**. Procesos, riesgos e incertidumbres en un mundo globalizado. Barcelona: Ariel, 2006. p. 465 - 491.

BUTLER, Judith. Críticamente Subversiva". En: MÉRIDA, Rafael (Comp). **Sexualidades transgresoras**. Una antología de estudios queer. Barcelona: Icaria, 2002. p. 55-80.

BUTLER, Judith. Palabra contagiosa. Paranoia y homosexualidad en el ejercicio. **Reverso**, n.1, p. 15 - 34, 2000.

CASTELLS, Manuel. **La cuestión urbana**. México: Siglo XXI, 2008.

CREWE, Louise. Geographies of retailing and consumption. **Progress in Human Geography**, v. 24, n. 2, p.275 - 290, 2000.

ENGLAND, Kim. Getting personal: reflexivity, positionality and feminist research. **Professional Geographer**, n. 46, p.80 - 89, 1994.

FOUCAULT, Michael. **La Historia de la**

**Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares**

**Sexualidad.** Vol. 1. México, D. F.: Siglo XXI, 2005.

GIGLIA, Angela. **El habitar y la cultura.** Perspectivas teóricas y de investigación. México, Barcelona: Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa y Editorial Siglo XXI, 2012.

GLENNIE, Paul; THRIFT, Nigel. Modern consumption: theorizing commodities and consumers. **Environment and Planning: Society and Space**, n.11, p. 603 - 606, 1993.

GONZÁLEZ DE ALBA, Luis. Veinte años de El Taller. **Revista Nexos**, n. 372, dic. 2006.

GUASH, Óscar. **La sociedad rosa.** Barcelona: Anagrama, 1995.

HIERNAUX, Daniel “Los imaginarios urbanos: de la teoría y los aterrizajes en los estudios urbanos”. **Eure, Revista Latinoamericana de Estudios Urbanos Regionales**, vol.XXXIII, n. 99, p.17-30, 2007.

HORNE, Peter. Sodomy to Salome: camp revisions of modernism, modernity and masquerade. En: NAVA, Mica; O'SHEA, Alan(Eds.). **Modern times: Reflections on a Century of English Modernity.** London: Routledge, 1996, p. 129 - 160.

JAYNE, Mark. **Cities and consumption,** Abingdon: Routledge, 2006.

JOHNSON, Ian. El mercado gay de México. **Out Now Consulting**, 2011. Consultado el 2 de mayo de 2013, <http://www.outnowconsulting.com/latest-updates/press-centre/el-mercado-gay-de-m%C3%A9xico.aspx>.

KNOPP, Larry. One the relationships between queer and feminist geographies. **The Professional Geographies**, v.59, n. 1, p. 47 - 55, 2007.

KNOPP, Larry. Sexuality and urban space: a framework for analysis. En: BELL, David; VALENTINE, Gill (Eds.). **Mapping desire: Geographies of Sexualities.** Londres: Routledge, 1995. p. 149-161.

LAGUARDA, Rodrigo. **La calle de Amberes: Gay street de la ciudad de México.** México: UNAM, 2011.

LAGUARDA, Rodrigo. Ser gay en la ciudad de México. México: CIESAS-Instituto Mora, 2009.

LAGUARDA, Rodrigo. La emergencia de los bares gay en la Ciudad de México: el espacio como generador de identidad. En: Collado, María del Carmen (Coord.). **Miradas recurrentes II.** La ciudad de México XIXI y XX. México, D.F.: Universidad Autónoma Metropolitana, Instituto Mora, 2004, p. 311 - 319.

LINDÓN, Alicia. Territorialidad y género: una aproximación desde la subjetividad espacial. En: RAMÍREZ KURI, Patricia; AGUILAR, Miguel Ángel (Coords.). **Pensar y habitar la ciudad.** Afectividad, memoria y significado en el espacio contemporáneo. Barcelona-México: Anthropos-Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, 2010, p. 13 - 33.

LIST, Mauricio. **Jóvenes corazones gay en la ciudad de México.** Puebla: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Fomento Editorial, 2005.

LEFEBVRE, Henri. **The Production of Space.** Oxford: Blackwell, 1991.

**Zona Rosa: El territorio queer de la Ciudad de México. El consumo de la disidencia, identidades, cuerpos y habitares**

LUNT, Peter; LIVINGSTONE, Sonia. **Mass Consumption and personal identity**. Buckingham, Gran Bretaña: Open University Press, 1992.

MCDOWELL, Linda. Dentro y fuera de lugar: cuerpo y corporeidad. En: MCDOWELL, Linda (Coord.) **Género, identidad y lugar**. Valencia: Ediciones Cátedra, 1999, p. 59 - 109.

MANSVELT, Juliana. Geographies of consumption: citizenship, space and practice. **Progress in Human Geography**, v. 32, n. 1, p. 105 - 117, 2008.

MÉRIDA, Rafael. **Sexualidades transgresoras**. Una antología de estudios queer. Barcelona: Icaria, 2002.

MONSIVÁIS, Carlos. Prologo. El mundo soslayado (donde se mezcla la confesión y la proclama). En: NOVO, Salvador. **Estatua de Sal**. México: Fondo de Cultura Económica, 2008, p. 13 - 72.

MONSIVÁIS, Carlos. **Días de guardar**. Ediciones Era, México D. F., 1970.

NEVE, Eduardo. Tararear el espacio: evocación, expresión musical e imaginarios. En: LINDÓN, Alicia; HIERNAX, Daniel (Dirs.). **Geografías de lo Imaginario**. México: Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa y Grupo Editorial Siglo XXI, 2012, p. 159 - 178.

NOVO, Salvador. **Estatua de Sal**. México: Fondo de Cultura Económica, 2008.

NUSSBAUM, Martha. Capacidades humanas y justicia social. En defensa del esencialismo aristotélico. En: RIECHMANN, Jorge. (Coord.). **Necesitar, desear, vivir**. Sobre necesidades, desarrollo

humano, crecimiento económico y sustentabilidad. Madrid: Libros de la Catara, 1998, p. 43 - 104.

PARKER-STAINBACK, Michael. **Guía LGBT de la Ciudad de México**. México: Travesías Editores, Secretaría de Turismo de la Ciudad de México, 2012.

PUCCINELLI, Bruno. Territórios sexuais: análise de sociabilidades homossexuais no shopping gay de São Paulo. **Revista Latino-americana de Geografia e Gênero**, v. 2, n. 1, p.133 - 140, 2011.

SALINAS, Héctor Miguel. Políticas públicas de disidências sexuales: apuntes para una agenda. En: CONAPRED. **Disidencia sexual e identidades sexuales y genéricas**. México, DF: CONAPRED, 2006, p. 21 - 29.

SÁNCHEZ, Álvaro; LÓPEZ, Álvaro. Visión geográfica de los lugares gay de la ciudad de México. **Cuicuilco Nueva Época**, v. 7, n. 18, p. 1 - 23, 2000.

SANTOS, Xosé. Espacios Homosexuales. En: Nogè, Joan; ROMERO, Juan (Coords.). **Las Otras Geografías**. Valencia: Editorial Tirant lo Blanch, 2006, p. 493 - 509.

SMITH, Neil. Homeless/global: scaling places. En: BIRD, John; SMITH Neil. **Mapping the futures: local cultures, global change**. Routledge: London, 1993, p. 87 - 118.

ZAPATA, José Luis. Geografía cultural y consumo. **Revista de relaciones internacionales, estrategia y seguridad**, v. 6, n. 2, p. 163 - 175, 2011.

**Recebido em 08 de setembro de 2014.  
Aceito em 20 de dezembro de 2014.**