

UNIVERSIDAD DE ALICANTE
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS



GRADO EN TURISMO
CURSO ACADÉMICO 2020 - 2021

TURISMO SEXUAL: RECONCEPTUALIZACIÓN Y NUEVAS TENDENCIAS

LARA PERTEGÁS VILAFRANCA

JOSE ANTONIO LARROSA ROCAMORA

B120 GEOGRAFÍA HUMANA

TIPOLOGÍAS TURÍSTICAS

Alicante, noviembre 2020

A mi madre

Resumen

El sexo siempre ha sido uno de los grandes alicientes para la especie humana. A pesar de la influencia del sexo en nuestras vidas en general, y en la actividad turística en particular, no hay una definición clara de “turismo sexual”, ni de las prácticas que incluye, a pesar de los estudios realizados al respecto.

En los últimos años se ha dado una aceleración de la globalización que ha favorecido los flujos turísticos nacionales e internacionales. Además, la aparición de nuevas tecnologías ha tenido un impacto decisivo sobre la manera en la que hacemos turismo, más si cabe cuando hablamos de algunas prácticas dentro del turismo sexual. Esta investigación se ha llevado a cabo con el propósito de redefinir el “turismo sexual” y proponer una nueva clasificación menos limitada, desde el punto de vista conceptual, de dicha tipología.

Palabras clave: turismo sexual, relaciones transnacionales, sexo y publicidad, turismo erótico, turismo sentimental, turismo de prostitución

Abstract

Sex has always been one of the great attractions for the human species. Despite the influence of sex in our lives in general, and in tourism in particular, there is no clear definition of “sex tourism”, nor of the practices it includes, despite the studies carried out on the subject.

In recent years there has been an acceleration of globalization that has favored national and international tourism flows. In addition, the emergence of new technologies has had a decisive impact on the way we do tourism, even more so when we talk about some practices within sex tourism. This research has been carried out with the aim of redefining “sex tourism” and proposing a new, less conceptually limited classification of this typology.

Keywords: sexual tourism, transnational relations, sex and advertising, erotic tourism, sentimental tourism, prostitution tourism

Índice del contenido

1. Introducción.....	7
2. Propósito y objetivos	8
2.1. Propósito: pregunta de la investigación.....	8
2.2. Objetivos del trabajo	8
3. Metodología.....	9
3.1. Fuentes de información empleadas.....	9
4. Desarrollo.....	10
4.1. Tipologías turísticas.....	10
4.2. La profesión más antigua del mundo y el turismo	12
4.3. Turismo sexual – concepto clásico	14
4.3.1. Principales destinos y prácticas.....	16
4.4. Un concepto de turismo sexual más allá de la prostitución	20
4.4.1. Las 5 S: <i>sea, sun, sand, sex & sangria</i>	22
4.4.2. Prácticas	23
4.4.2.1. <i>Debauchery tourism</i> o turismo de desfase.....	23
4.4.2.2. <i>Cruising, swingers</i> , fetiches y fiestas temáticas	25
4.4.2.3. Turismo LGBTBI+	29
4.4.2.4. Turismo sexual urbano-cultural	31
4.4.2.5. Turismo sexual cultural. Las artes escénicas: Cabarés y espectáculos eróticos	33
4.4.2.6. Viajes en pareja	34
4.4.2.7. Encuentros personales	36
4.5. El sexo como reclamo turístico e imaginario colectivo	39
4.6. El futuro del turismo sexual	46
4.6.1. Nuevas tecnologías: <i>sexbots</i>	46
4.7. Resultados de la investigación: propuesta de clasificación de turismo sexual.....	47
5. Conclusiones	51
6. Bibliografía	55

Índice de tablas y figuras

Tabla 1. Clasificación de los viajes turísticos según la OMT	11
Figura 1. Fotograma de <i>Babylon Berlin</i>	13
Tabla 2. Jerga en diversos países para referirse a los hombres que frecuentan turistas.....	18
Figura 2. Prostitución y Turismo Sexual.....	21
Figura 3. Fotograma de <i>Magic Mike XXL</i>	24
Figura 4. Resultados de <i>Google Maps</i> tras buscar “Club Striptease” (Alicante)	26
Figura 5. Asistentes al <i>PORN Forest by Pornceptual</i>	27
Figura 6. <i>Tour</i> del Barrio Rojo de Ámsterdam	32
Figura 7. Biografías de turistas en Tinder.	38
Figura 8. Fotograma de <i>Memorias de una Geisha</i>	40
Figura 9. Fotograma de <i>Bajo el sol de la Toscana</i>	42
Figura 10. Publicación y comentarios en un grupo de <i>solo travelers</i> femeninas.....	45

1. Introducción

El turismo sexual se entiende, generalmente, como la práctica turística en la que el turista intercambia dinero por sexo (Lagunas, 2010). En dicho intercambio juega un papel muy importante la raza y la etnicidad, la clase, el género y la nacionalidad. Dichas categorías interactúan y se dan unas relaciones que pueden ser simétricas – de igual a igual- o asimétricas. Estas últimas son las que se dan en el turismo sexual (Kempadoo, 1999; Piscitelli, 2008; Sánchez, 2006), tal y como se ha definido hasta ahora.

En las dos últimas décadas se han realizado diversos estudios sobre el turismo sexual, por ejemplo, sobre la situación de dicho fenómeno en ciertos destinos (Hope, 2013), sobre sus impactos (Miller, 2011) o sobre las diferentes tipologías que se pueden distinguir según la orientación sexual de los turistas (López López & Carmona Mares, 2008). Aunque más escasos, también se han realizado estudios de corte filosófico (Galiano, 2005), de corte sociológico (Chow-White, 2006), o sobre las implicaciones legales y criminales de algunas prácticas concretas (Jeffreys, 1999; Monni, 2001), entre otros muchos. La mayoría de estos estudios están basados en la definición genérica – y reduccionista – de turismo sexual y no tienen en cuenta la influencia del sexo como motivación en la elección del destino para la práctica de otros tipos de turismo, ni el comportamiento sexual dentro de la experiencia turística – a excepción de Berdychevsky et al. (2013), Herold et al. (2001), Mason & Lo (2009) y Thomas (2005).

Tampoco hay trabajos sobre las nuevas – y no tan nuevas– prácticas turísticas que tienen el sexo como un componente importante de las mismas. En la actualidad, el sexo es entendido como algo mucho más rico, variado y complejo que un simple acto coital. Por este motivo, considero que es un error limitar la definición de turismo sexual al consumo turístico de la prostitución en un destino concreto.

Para realizar este trabajo, se ha llevado a cabo una exhaustiva revisión e investigación bibliográfica con el fin de poder discernir la realidad del turismo sexual y analizar la relación de ciertas prácticas turísticas que podrían englobarse dentro del turismo sexual dado el carácter de las mismas. También se ha tenido en cuenta el rol del sexo como factor motivacional – tanto su uso por las instituciones y/o empresas como su papel en la toma de decisiones del turista. Por último, se ha propuesto – a modo de guía – una clasificación de las distintas tipologías de turismo sexual.

2. Propósito y objetivos

2.1. Propósito: pregunta de la investigación

El propósito principal de este trabajo es mostrar que el turismo sexual engloba prácticas que van más allá de la prostitución o de la posición dominante del turista frente a la población local. En la actualidad, el turismo sexual ha superado esta acepción simplista o reduccionista sobre la que hasta hace unas décadas existía cierto consenso. Se pretende hacer reflexionar al lector sobre la influencia de las motivaciones sexuales y/o románticas a la hora de decantarse por un destino – ya sean plenamente reconocidas y aceptadas, o subyazcan en el subconsciente –, así como entender que el turismo sexual es un fenómeno que puede darse de forma transversal en otros tipos o modalidades de turismo. Muchas veces esto no ocurre debido a las connotaciones negativas del concepto “turismo sexual” que llevan a las personas a desligarse de él.

Por lo tanto, con la presente investigación se pretende dar a conocer la realidad que existe detrás del turismo sexual – sin entrar en detalle sobre la situación del turismo sexual en su vertiente más ortodoxa –, así como las distintas prácticas y/o productos que podrían incluirse bajo el marco del turismo sexual. Esto resulta interesante desde el punto de vista de la demanda, pero también desde el punto de vista de la oferta, sin olvidar el papel del sector público, que es muy importante en la planificación de los destinos turísticos.

Se trata, en definitiva, de analizar una realidad que no se puede ocultar, sin entrar en las connotaciones morales sobre si dichas prácticas son éticas o no. Tampoco se ha tratado de hacer un balance de los impactos positivos y negativos de dicho tipo de turismo en las poblaciones locales y/o emisoras, aunque sin duda es un tema interesante para abordar en futuras investigaciones.

2.2. Objetivos del trabajo

De acuerdo con la motivación que me ha llevado a realizar este estudio, los objetivos propuestos para el presente trabajo son:

Objetivo 1: Proponer una nueva clasificación de las distintas tipologías de turismo sexual, más allá del consumo de prostitución en el país receptor o de las relaciones de dominación del turista frente a la población local.

Objetivo 1.1: Diferenciar entre la práctica de sexo como motivación principal, motivación secundaria y/o subconsciente, y del sexo/erotismo como una parte importante del viaje sin ser la principal.

Objetivo 1.2: Diferenciar entre los tipos de turistas y su incidencia.

Objetivo 1.3: Incluir las nuevas prácticas dentro del turismo sexual

Objetivo 1.4: Estudiar la importancia de la experiencia sexual en relaciones de igual a igual como parte de la experiencia turística.

Objetivo 2: Analizar las tipologías turísticas relacionadas y su componente sexual.

Objetivo 2.1: Conocer las nuevas formas de turismo que incluyen un componente sexual e investigar su relación.

Objetivo 2.2: Analizar el uso de las nuevas tecnologías y su influencia en el turismo sexual.

Objetivo 3: Reconocer la importancia del sexo en la promoción de los destinos y/o productos turísticos, examinando el uso de estereotipos y de imaginario colectivo, y cómo éste influencia en la elección del destino por parte del turista.

3. Metodología

Dada la finalidad descriptiva y exploratoria de este estudio, se trata de una investigación fundamentalmente bibliográfica y empírica. La autora se ha decantado por dicho tipo de investigación dadas las características del trabajo y, principalmente, por la dificultad de obtener información fiable de la población por cuestiones de sensibilidad respecto al tema tratado. El sexo es todavía un tema tabú para una gran mayoría de la población, por lo que hubiera sido muy difícil recoger información de manera individualizada. Además, este estudio no es de carácter económico, sino más bien un estudio antropológico que intenta discernir una realidad sin cuantificarla.

3.1.Fuentes de información empleadas

Para poder llevar a cabo una investigación empírica, es necesario obtener información de las distintas fuentes consultadas. Dichas fuentes pueden ser clasificadas siguiendo distintos criterios (Más, 2010). Atendiendo a la existencia previa de la

información, distinguimos entre primarias o secundarias. Cuando se elabora *ad hoc* la información para la investigación, se consideran primarias, mientras que, si los datos han sido elaborados con anterioridad, se consideran fuentes secundarias (Más, 2010). A su vez, se pueden clasificar en internas – si proceden de la misma empresa/institución que realiza la investigación – o externas – si el origen de dicha información se encuentra en el entorno (Más, 2010).

Las fuentes de información utilizadas en la presente investigación han sido externas y secundarias. Se ha recurrido a diversos recursos *online* y *offline*, ya fuesen enciclopedias, artículos en revistas especializadas, páginas *web*, estadísticas, películas, documentales o series.

4. Desarrollo

4.1. Tipologías turísticas

La Organización Mundial del Turismo (OMT) explica en sus Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo (RIET) que los viajes turísticos pueden clasificarse según su motivo principal, el tipo de producto turístico, la duración, el origen y destino, los medios de transporte y los tipos de alojamiento (OMT, 2018). Define el motivo principal como la razón por la cual el viaje tiene lugar, es decir, sin la cual no se hubiera realizado el viaje (ver Tabla 1). Hay un solo motivo principal – sin perjuicio a que se realicen actividades secundarias – asociado a unas actividades principales realizadas durante el viaje (OMT, 2018). Si bien es cierto que, tal como apuntan autores como Oppermann (1999), en muchas ocasiones hay más de una motivación a la hora de realizar un viaje y pueden tener igual peso. El análisis de las actividades principales y secundarias es útil para planificar el turismo y diseñar estrategias de promoción del destino. Aunque hay bienes y servicios específicos del ámbito del turismo, muchos productos y servicios de la oferta local son susceptibles de ser consumidos por el turista.

A la hora de clasificar el turismo, podemos ir de lo más genérico a lo más específico. El concepto “producto turístico” – empleado por las empresas turísticas para comercializar destinos – hace referencia a la combinación de distintos aspectos de un viaje alrededor de un motivo principal. Estos aspectos van desde los medios de transporte hasta los tipos de alojamiento, pasando por las características de los destinos y las actividades

específicas del mismo (OMT, 2018). Aunque la OMT aconseje a las distintas instituciones y gobiernos unos criterios para clasificar los viajes turísticos, las empresas también segmentan según las características del turista.

A pesar de las aclaraciones de la OMT – cuyo principal objetivo es homogeneizar las cuentas y estadísticas internacionales –, existe cierta dificultad a la hora de establecer tipologías turísticas. Dichas complicaciones se deben a los diversos enfoques desde los que estudiar el turismo y la dificultad de establecer una línea divisoria entre un tipo de turismo y otro. De acuerdo con los objetivos de este trabajo, se ha decidido tener en cuenta únicamente dos criterios a la hora de establecer y clasificar las tipologías turísticas: 1) las motivaciones y actividades – ya sean principales o secundarias –, y 2) las características de la demanda.

Tabla 1. Clasificación de los viajes turísticos según la OMT

Motivos personales	
Vacaciones, recreo y ocio	Práctica de deportes, lunas de miel, visitas panorámicas, juegos de azar, cruceros...
Visitas a familiares y amigos	Visitas, bodas, funerales, cuidar a familiares a corto plazo...
Educación y formación	Seguimiento de programas particulares de estudio, cursos de idiomas, cursos de formación...
Salud y atención médica	Centros termales, cirugía estética, talasoterapia...
Religión / peregrinaciones	Reuniones y eventos religiosos, peregrinaciones...
Compras	Compra de bienes de consumo de uso personal, regalos...
Tránsito	<i>Parada en un lugar sin motivo específico más allá que estar de camino</i>
Otros motivos	Trabajo voluntario, trabajo de investigación...
Negocios y motivos profesionales	

Fuente: Recomendaciones Internacionales para Estadísticas de Turismo 2008 – OMT (2008)

En los siguientes apartados se hablará del turismo sexual y del sexo desde diversos puntos de vista. Fundamentalmente como producto turístico y como motivación (principal o secundaria), pero también como factor relevante de ciertas actividades.

4.2. La profesión más antigua del mundo y el turismo

Se tiene constancia de que la prostitución se ejerce desde la época de Mesopotamia y posteriormente se fue expandiendo a otras civilizaciones como la griega, la romana, la china y la japonesa (Sanger, 2015). Con un origen íntimamente vinculado con la religión de dicha civilización, fue cobrando importancia hasta ser legal y pública en la Antigua Roma. En todo el Imperio había lupanares, termas y baños con cabinas especiales donde las prostitutas ejercían (Sanger, 2015). Había distintos tipos de prostitutas, siendo las *forariae* las que tenían como clientes principalmente a viajeros (Sanz, 2011). Muchos romanos acudían a los burdeles de Ostia y Pompeya (Dylewski & Prokop, 2019). La prostitución fue ejercida también en las ciudades de la Edad Media, pero comenzó a ser perseguida a finales de dicha época (Dylewski & Prokop, 2019).

El turismo – tal y como lo conocemos en la actualidad – nació en el S. XVII con el *Grand Tour*. Los jóvenes aristócratas europeos viajaban por Europa para conocer la cultura clásica y vivir experiencias que moldeasen su carácter. Littlewood (2001) destaca el papel del sexo como elemento importante dentro de este tipo de viajes. Los destinos preferidos de estos jóvenes – tanto para estudiar la cultura clásica como para acudir a fiestas y tener experiencias sexuales – eran las ciudades italianas y otras urbes europeas.

Aunque la prostitución se ha ejercido desde tiempos inmemorables, ciertos acontecimientos históricos han influido en la aparición y desarrollo de algunas regiones como “destinos” de turismo sexual (Evans et al., 2010). Allá donde hubiese colonos, militares o marineros, no faltaban burdeles. Los puertos asiáticos siempre han sido importantes focos de burdeles a los que los marineros acudían. No obstante, no se puede afirmar que los marineros o colonos se dirigieran a estos puertos por la atracción ejercida por la prostitución. Parece más plausible que recurrieran a la prostitución durante el tiempo de permanencia o estancia en dichos puertos, bien fuera por trabajo o por cualquier otro motivo (reparación, provisión de víveres, etc.). En Japón aparecieron las *comfort women* en los años 1930 (Oliver, 2020). Siguiendo el ejemplo de estas mujeres, tras la Guerra de Vietnam, se desarrolló un turismo sexual sin precedentes en el Sudeste asiático. El gobierno tailandés permitió a los soldados estadounidenses ir de permiso (de descanso y recreo) a este país, impulsando la economía de la región. Tras la guerra, se intentó

mantener esta industria sexual debido a la gran importancia de su impacto económico (Evans et al., 2010).

En el caso del Caribe y Latinoamérica, sus puertos fueron importantes centros de recepción para la población inmigrada que llegaba de Europa. Aparecieron burdeles y prostitutas, y pronto esos puertos se hicieron conocidos entre colonos, corsarios y piratas (Cabezas, 2004). Sin embargo, el turismo sexual moderno se ha dado en gran medida tras la descolonización y la inversión extranjera en los siglos XIX y XX. La presencia de población occidental – como sucedió en la construcción y mantenimiento del Canal de Panamá – precipitó el aumento de la prostitución, que tuvo que mantenerse tras su salida por la importancia económica (Evans et al., 2010).

La prostitución en África tiene su origen en la colonización y esclavitud. Las ciudades del norte de África fueron las que atrajeron en un primer momento el turismo sexual gay (Littlewood, 2001). Otros países, como Senegal, Sudáfrica y Gambia, se convirtieron en reclamos del turismo sexual heterosexual, al tiempo que perdían popularidad los destinos tradicionales de turismo sexual gay (Gravari-Barbas et al., 2017).

Figura 1. Fotograma de *Babylon Berlin*



Fuente: Babylon Berlin (2017)

En cuanto a Occidente, muchas de las ciudades europeas ya eran conocidas por sus burdeles (Dylewski & Prokop, 2019). Con la Revolución Industrial y la masificación de las ciudades, muchas mujeres comenzaron a ejercer la prostitución. La prostitución fue, durante el S. XVIII – conocido como “el Siglo de Oro de la Prostitución” – muy popular. De hecho, surgieron escuelas donde las prostitutas podían aprender y entrenar el oficio (Dylewski & Prokop, 2019). Las ciudades europeas contaban con barrios marginales y portuarios donde las prostitutas ejercían (Ámsterdam, Hamburgo, Londres). A principios del S. XIX, varias ciudades norteamericanas comenzaron a destacar en este ámbito, como por ejemplo Nueva Orleans (Dylewski & Prokop, 2019). Aunque la prostitución ha estado siempre presente en las ciudades (Yeoman & Mars, 2012), algunas ciudades afloraron como verdaderos destinos sexuales tras periodos de crisis. Es el caso de ciudades como Berlín y sus locos años 20 (Secret City Travel, 2014.) o París con el cancan tras la Revolución Francesa de finales del siglo XVIII. Con el paso de los siglos, los países han creado y modificado sus leyes para regular o prohibir estas prácticas. En algunos casos han facilitado el ejercicio de la prostitución (Ámsterdam), mientras que en otros se ha buscado echar a las prostitutas de la ciudad (Barcelona, Londres) – no siempre con el éxito esperado– (Dylewski & Prokop, 2019).

4.3. Turismo sexual – concepto clásico

El concepto actual de turismo sexual surgió en el S.XX como un aspecto bastante controvertido de la globalización y de la dominación del turismo de Occidente (Dylewski & Prokop, 2019). Se define como turismo sexual al viaje llevado a cabo con el objetivo de mantener relaciones sexuales, ya sea a nivel nacional o internacional (Forero Medina, 2014), pagando por ello o bien dando otro tipo de contraprestación debido a la asimetría de poder dada en la relación (Agustín, 2005; Forero Medina, 2014; Mitchell, 2010). La oferta de turismo sexual es muy variada, aunque la demanda sigue un perfil bastante definido: hombre blanco occidental de clase media/alta; si bien es cierto que las mujeres también viajan con dicha finalidad (Oliver, 2020). Se da un neocolonialismo en el que los turistas colonizan cuerpos humanos (en vez de territorios), reflejando así las políticas y patrones colonialistas e imperialistas (Lagunas, 2010). El exotismo y orientalismo juegan un papel muy importante en el turismo sexual al llevar a la erotización del “Otro”,

apoyados por la cultura popular y las fantasías escapistas de literatos y artistas occidentales (Kempadoo, 1999).

Este tipo de turismo fomenta la trata, ya sea legal o no la prostitución (Lagunas, 2010). Si bien es cierto que en muchos casos, como por ejemplo en Tailandia, las chicas no se ven ni forzadas ni intimidadas a ejercer dicha actividad. Son muchas las que eligen voluntariamente dedicarse a esto (Oliver, 2020). No obstante, aunque el tema de la voluntariedad y la libertad a la hora de elegir trabajar en la prostitución es una cuestión ética de la que podría debatirse durante horas (Rojek, 2010), no es el tema de este trabajo. Lagunas (2010) explica muy bien la relación entre turismo sexual y prostitución, haciendo una gran revisión de la literatura y teniendo en cuenta el contexto histórico, político, social y económico, y los roles de género, raza, edad, clase social, nacionalidad, y un largo etc.

Otro de los impactos negativos del turismo sexual es el turismo sexual infantil. En 2010, la ONG *Save the children* cifró en alrededor de 40.000 los españoles que realizaban turismo sexual pederasta al año (Europa Press, 2010). Este es uno de los grandes problemas actuales del turismo sexual, ya que son los ciudadanos de países occidentales los que acuden a países en vías de desarrollo que cuentan con leyes más laxas para poder mantener relaciones con menores. La dificultad para combatir este problema radica en que los consumidores de este tipo de prostitución no son ciudadanos del país donde el delito se lleva a cabo. En algunos países las leyes protegen a los menores de otros países al permitir enjuiciar a los residentes que cometan cualquier delito de explotación sexual infantil, aunque dicho delito se haga en el extranjero. También hay una gran cooperación internacional y asistencia mutua para reducir la trata infantil (Organización Internacional del Trabajo, 2012). En 1998 se firmó el Código de Conducta para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes en los Viajes y el Turismo y desde entonces ha sido apoyado por varias organizaciones e instituciones como UNICEF, la Organización Internacional del Trabajo y la Interpol (UNICEF, 2016).

A pesar de la importancia económica y social de este tipo de turismo, es muy difícil de cuantificar. La legislación de muchos países deja al margen la contabilidad de la industria sexual (Agustín, 2005). Por si fuera poco, muchos de los que practican turismo sexual – en su vertiente más ortodoxa – no se consideran turistas sexuales porque no pagan dinero por dichas relaciones, sino que “compran” y miman a la otra persona (Forero

Medina, 2014; Mitchell, 2010), haciéndoles incluso favores para llevarlos a Europa y/o Norteamérica (Agustín, 2005; Forero Medina, 2014). Esto se da, sobre todo, en el caso de las mujeres turistas, ya que la estrategia utilizada por la población local para acercarse a ellas envuelve cierto romanticismo. Esto lleva a las mujeres a verse a sí mismas como turistas que “caen” en dichas relaciones de forma inesperada, sin haberlo buscado (Forero Medina, 2014).

4.3.1. Principales destinos y prácticas

Dentro del turismo sexual – concebido tradicionalmente como el consumo de prostitución por parte del turista– hay varios destinos especializados. Algunos de estos destinos atraen a los turistas sexuales por el tipo de prostitución que ofrecen. Dichos tipos incluyen relaciones heterosexuales – en las que el turista puede ser tanto hombre como mujer –, relaciones homosexuales – normalmente entre hombres y, en muchos destinos, el local se traviste –, relaciones con menores, o especializadas como el BDSM (bondage-disciplina, dominación-sumisión, sadomasoquismo) o la prostitución de lujo, entre muchas otras.

En la elección del destino no solo influye la orientación sexual y/o el tipo de prostitución que se quiera consumir. Otro factor a tener en cuenta es el fetichismo étnico o racial¹. Hay diversas teorías sobre el fetichismo étnico. Desde un punto de vista biológico algunos autores han retomado y desarrollado las ideas de Darwin, viendo en la atracción por miembros con genotipos y fenotipos diversos un mecanismo en la selección de una pareja (Rodríguez García, 2003). También se ha estudiado este fenómeno desde un punto de vista psico-social y cultural. McClintock (2013) defiende que el fetichismo racial está ligado íntimamente con el género y la clase, y la interacción de estas tres categorías. Otros autores como Johansson (1999) y Chow-White (2006) afirman que esa atracción se debe más a las relaciones de poder. Estos autores coinciden en la importancia de la identidad y de la construcción del “Yo” a través de la definición del “Otro”. Es por ello por lo que algunos autores como Bhabha (1996) defienden que este tipo de fetichismo es el resultado de los estereotipos racistas que llevan tanto a demonizar como idolatrar al “Otro”. Algunas de las razones que se encuentran detrás de la atracción por ciertos grupos

¹ Etnia y raza están estrechamente vinculadas. Sin embargo, no son sinónimos. En este caso se utilizan los conceptos de *racial* y *étnico* indistintamente.

se deben a las características asociadas a dicho grupo – basadas principalmente en estereotipos – ya sea por la apariencia física (tamaño, color, forma, fuerza, etc.) o el comportamiento/carácter (sumiso, dominante, fogoso, etc.), así como las relaciones de poder situadas en el contexto histórico. El fetichismo étnico lleva a menudo a una hipersexualización de ciertos grupos que se ve reflejada en diversos medios, incluyendo la pornografía (Miller-Young, 2014).

Los hombres buscan en distintos foros qué países visitar, dónde encontrar mujeres, los tipos de servicios sexuales, la calidad, el precio y la legislación. Los hombres hetero y bisexuales occidentales suelen viajar a países en vías de desarrollo, principalmente en Latinoamérica y en el Sudeste asiático, basándose en dichas informaciones. Pero otro factor muy importante es la construcción del “Yo”. Desde los años 1990 se ha dado una crisis del patriarcado – tras el éxito de la segunda ola feminista – que ha llevado a una redefinición de la masculinidad. Como consecuencia, algunos hombres buscan en las mujeres extranjeras lo que han perdido en las mujeres occidentales: sumisión, dependencia, etc. Así es como cobra importancia la caracterización del “Otro” en la construcción del “Yo” masculino (Chow-White, 2006). Además, muchos de estos hombres buscan más afectividad en las mujeres locales que sexo, llegando incluso a renunciar a las relaciones sexuales con ellas (Oliver, 2020). Algunos de los destinos más importantes en este ámbito son Cuba, República Dominicana, Brasil, Tailandia, Camboya o Sri Lanka, entre otros (Agustín, 2005; Mitchell, 2010;). Por otro lado, los hombres heterosexuales pueden disfrutar del turismo sexual en los países occidentales con mayor facilidad que las mujeres. Los destinos más conocidos son Ámsterdam y Las Vegas, si bien es cierto que España aparece en muchos de los rankings.

En el caso del turismo sexual por parte de hombres homosexuales, muchos de estos destinos coinciden. En muchos casos, los hombres locales se identifican como heterosexuales, pero mantienen relaciones con hombres homosexuales a cambio de dinero para así poder participar de la cultura consumista (Mitchell, 2010). En el caso de Brasil, a estos hombres se les llama *michês* y suelen encontrar a sus clientes en las *saunas* (Mitchell, 2010). Muchos acuden a destinos populares entre la comunidad gay como Mikonos o Ibiza (Buhalis, 2005). Hay destinos conocidos mundialmente por la popularidad de hombres travestidos – a veces mujeres trans con pene – que se prostituyen. Entre estos podríamos

destacar Ámsterdam – donde en las cabinas cuentan con luz morada en vez de roja para poder distinguirse – y otras ciudades occidentales *gay-friendly*, o los países del Sudeste asiático.

Tabla 2. Jerga en diversos países para referirse a los hombres que frecuentan turistas

PAÍS	PALABRA	TRADUCCIÓN
Brasil	Michê	
Bulgaria	гларуси (glarus)	Gaviota
Costa Rica	Tiburones	
Croacia	Dalmatinski galebovi	Gaviotas dálmatas
Cuba	Pingüeros	
Ecuador	Caza-gringas / Otavaleños	
Gambia	Bumsters	
Grecia	Kamaki	Arpones
Indonesia	Kuta Casanovas / Kuta cowboys	
Jordania	Marlboro men	Hombres Marlboro
Perú	Brichero	
Región Caribe	Rent-a-dreads / rent-a-rastas / rent-a-gents / The Foreign Service / rastitute	Alquilar un rastas / El Servicio de Extranjería / Rasta + prostituto
Región Mediterránea	Latin lovers	Amante latino
República Dominicana	Sanky-pankies	

Fuente: elaboración propia a raíz de las diversas fuentes visitadas

Aunque el hombre protagoniza una parte muy esencial del turismo sexual, no se puede dejar de lado el papel relevante que la mujer está asumiendo en los últimos años en algunas de estas prácticas. Al entender el turismo sexual como solo prostitución, por la manera en la que se entiende el poder y la dominación, se tiende a dejar de lado el hecho de que hay mujeres que la consumen (Forero Medina, 2014; Herold et al., 2001). Aunque haya mujeres que no se consideren turistas sexuales al no “pagar” directa y explícitamente

por el sexo, son conscientes de que se encuentran en una posición de poder frente a los hombres locales (Forero Medina, 2014). Los destinos preferidos son los caribeños, como Jamaica, República Dominicana o Cuba (Agustín, 2005), o africanos, como Kenia, Senegal y Gambia (Peter, 2010; Van Son, 2012). Muchas mujeres occidentales optan por ir a estos destinos porque todavía está mal visto este tipo de práctica en sus países (Agustín, 2005). De hecho, una gran proporción de los hombres locales que se acercan a las turistas lo hacen cuidadosamente siguiendo una estrategia romántica. Con esta estrategia pueden conseguir más de las mujeres – dinero, bienes, viajes, favores – sin que ellas se sientan como consumidoras de turismo sexual (Forero Medina, 2014). A estos hombres que se acercan a los y (principalmente) las turistas con un interés sobre todo económico, se les conoce como *beach boys* (Herold et al., 2001), si bien en muchos países tienen su propia jerga (ver Tabla 2).

Algo que tienen en común muchos hombres y mujeres en Latinoamérica que ejercen la prostitución – ya sea a cambio de dinero, viajes u objetos materiales – es que buscan una forma de salir del país (Agustín, 2005; Forero Medina, 2014; Mitchell, 2010;). De hecho, al igual que los hombres, las mujeres locales también intentan estrategias románticas (Forero Medina, 2014).

En cuanto a la práctica del turismo sexual pederasta, se dan flujos de turistas procedentes de países occidentales a países en vías de desarrollo (tal y como se ha comentado anteriormente). En los últimos años ha aumentado este tipo de turismo, principalmente por parte de turistas de menor poder adquisitivo y turistas domésticos, dado el abaratamiento de los viajes y las facilidades que ofrece Internet (Thomson Reuters Foundation, 2018). Destinos como Tailandia, República Dominicana o Sudáfrica (sudeste asiático, Latinoamérica y África) presentan unas legislaciones más permisivas en comparación con las de los países europeos o norteamericanos. Algunos países como Tailandia reforzaron la persecución policial, pero esto solo consiguió desviar el problema a los países satélite (Europa Press, 2010). Además, la principal causa tras la explotación sexual es la situación de pobreza en la que se encuentra la población local (Mekinc & Music, 2015). La Unión Europea, por su parte, lleva desde la década de 1990 intentando solucionar el problema ya que es origen de uno de los mayores flujos de turistas en busca de sexo con menores (UNICEF, 2016).

Dada la preocupación por la salud sexual en los años 1990 tras la aparición del SIDA, los encuentros sexuales durante las vacaciones con parejas no regulares se redujeron. Además, la demanda fue cambiando lentamente y algunos destinos perdieron popularidad. Ante esto, algunas empresas del sector redefinieron su imagen de marca y producto, alejándose del turismo sexual y del “desfase” (Buhalis, 2005). Sin embargo, con la llegada de Internet se facilitó el intercambio de información, aumentando los foros y *webs* en los que compartir las experiencias y fomentando de nuevo este tipo de turismo (Chow-White, 2006).

4.4. Un concepto de turismo sexual más allá de la prostitución

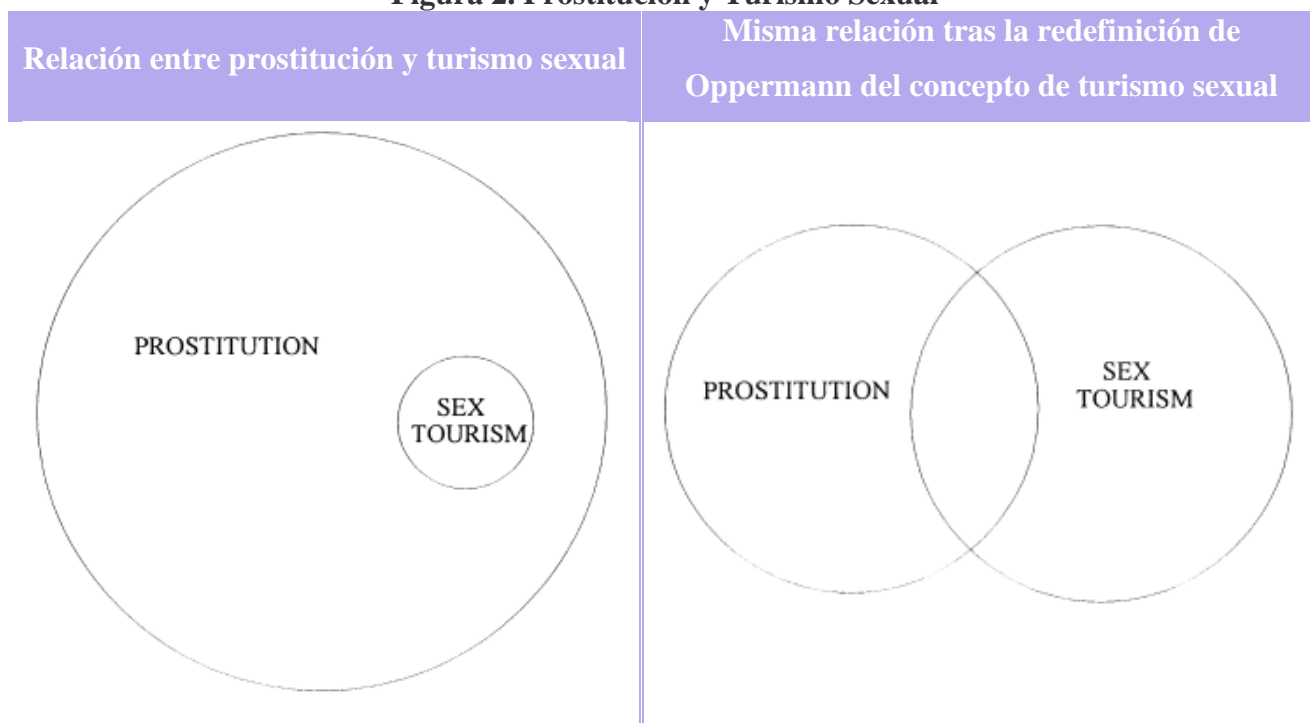
Resumir el concepto de turismo sexual como el intercambio de sexo por dinero -u otros bienes y/o servicios – en un contexto transnacional no sería del todo preciso, ni por ello adecuado. El turismo sexual engloba muchas más facetas, desde sentimientos a la búsqueda de un “ascensor” social (Forero Medina, 2014). Tanto Kempadoo (2008) como Forero Medina (2014), utilizan el término *praxis sexual* para definir qué consideran turismo sexual, un concepto enfocado no tanto en cómo la sexualidad es construida, sino practicada. Forero Medina (2014) defiende que el turismo sexual consta de tres rasgos:

- **Actos conscientes:** al menos una de las partes de la relación busca satisfacer un deseo (sexual, emocional, económico). Es decir, no se da una relación accidental entre un turista y un local –, si bien es cierto que el mismo autor admite que en dichas relaciones accidentales pueden tener un peso importante el rol de nación, dándose una praxis transnacional de lo sexual – tal y como define Kempadoo, (2008).
- **Deseos sexuales y/o sentimentales:** que van desde el diálogo hasta el matrimonio, pasando por todo tipo de relaciones amorosas y/o sexuales.
- **Rol nativo-viajero:** influenciado por el entorno del país o nación receptora y la relación entre las nacionalidades de las personas involucradas en la relación. Normalmente se desarrollan estos roles cuando hay una relación asimétrica entre las partes.

El sexo o la posibilidad de encuentros sexuales durante el viaje juegan un papel importante y central en la elección del destino (Yeoman & Mars, 2012). Aunque el concepto empleado por Forero Medina (2014), basado a su vez en Kempadoo (2008) y

otros estudios, es más amplio que el concepto ortodoxo, no incluye prácticas turísticas en las que el componente sexual/sentimental es importante, aunque en ocasiones no sea tan tangible. Ocurre por ejemplo con las fiestas y el ocio nocturno, que no tienen como finalidad (principal) satisfacer un deseo sexual o sentimental, o con las visitas a museos relacionados con la sexualidad. Tampoco se tienen en cuenta en estos estudios las relaciones accidentales que pueden estar influenciadas tanto por el rol nativo-viajero cómo por la “liberación sexual”, al encontrarse fuera del entorno habitual.

Figura 2. Prostitución y Turismo Sexual



Fuente: Oppermann (1999)

También cabe destacar que no existe un turismo “cien por cien” cultural, o deportivo, o de cualquier otro tipo, incluido el sexual. Durante las vacaciones, los turistas se ven motivados tanto por factores principales como por secundarios, por lo que a la actividad o actividades principales se acaban sumando otras muchas de carácter complementario. Aunque la motivación principal para realizar un viaje a Bora Bora podría ser la relajación, seguramente se lleven a cabo actividades relacionadas con el deporte (snorkel, pádel surf, etc.), con la cultura y gastronomía (cenas temáticas con los locales) o incluso con la naturaleza (observación de pájaros y peces). En algunos estudios tienen en cuenta a los turistas sexuales situacionales, es decir, aquellos que se encuentran de viaje

por un motivo x, pero que acaban pagando por tener sexo con prostitutas, sin ser ese un motivo decisivo a la hora de escoger el destino (O'Connell Davidson, 1996).

Oppermann (1999) se pregunta en su estudio qué parámetros se deben cumplir para considerar a alguien como turista sexual. ¿Es su comportamiento sexual planeado o previsto? ¿O bien es la actitud abierta ante la posibilidad? También se pregunta sobre la influencia de la publicidad en la que se insinúan posibles relaciones sexuales. En una de las dimensiones estudiadas por Oppermann en el marco del turismo sexual, se profundiza en el grado de actividad o pasividad que se tiene en el encuentro sexual. Así, incluye actividades que van desde la participación activa (mantener relaciones sexuales), hasta el voyerismo, pasando por actividades como clubs de *striptease*, *lap-dance* y masturbación.

Es por todo ello que en los siguientes apartados se tratan actividades que bien podrían ser la motivación principal a la hora de elegir un destino, o simplemente un factor más a considerar. De la misma forma, se proponen diferentes tipos de turismo estrechamente vinculados con lo que en este trabajo se considera turismo sexual. También se tienen en cuenta prácticas en las que no se lleven a efecto actos sexuales, pero en las que el factor sexual o erótico es determinante

4.4.1. Las 5 S: sea, sun, sand, sex & sangria

Tal y como se ha visto en los apartados anteriores, se dan ciertos factores comunes que parecen propiciar la actividad sexual. El turismo sexual está estrechamente vinculado al turismo de sol y playa. Una gran proporción del turismo de costa se da por parte de turistas procedentes de climas fríos (norte) que visitan países del sur para disfrutar del tiempo más agradable y del mar. Dicho turismo se da en un marco conocido – por sus siglas en inglés – como las 5 eses: mar, sol, arena, sexo y sangría (Buhalis, 2005). Sin embargo, no es una práctica exclusivamente contemporánea. Miembros de la élite ateniense y romana ya pasaban sus vacaciones en sus villas en la costa, donde disfrutaban de la comida, la bebida y el placer en todos sus sentidos (Goeldner, & Ritchie, 2009b)

El factor sexual y romántico tiene una gran influencia tanto en el ocio como en el turismo, si bien es cierto que muchas veces se omite dicha importancia (Buhalis, 2005). Sin embargo, algunos empresarios han sabido aprovechar dicho factor y han creado productos que satisfacen este tipo de demanda. Estos productos van desde lunas de miel

hasta consumo de prostitución, pasando por tours especializados y clubs/resorts sin límites (Buhalis, 2005).

4.4.2. Prácticas

Como se ha mencionado anteriormente, el sexo no se puede reducir a un acto coital y su influencia es mayor de la que muchos autores defienden. El sexo y el erotismo son elementos importantes del ocio y del turismo, por lo que no es de extrañar que la oferta se haya ido adaptando a la demanda (Buhalis, 2005). Al igual que hay destinos especializados en la prostitución – como se ha visto previamente –, hay destinos que cuentan con productos turísticos cuyo elemento principal es el sexo y/o el erotismo (Buhalis, 2005), pero también los hay que ofrecen productos en los que el sexo forma parte de los mismos sin ser el elemento central. Al fin y al cabo, lo que se está comercializando es la sexualidad. Muchas veces estos productos no tienen una finalidad turística, aunque muchos turistas acaban consumiéndolos. Para facilitar el entendimiento de la gran diversidad de prácticas que podrían incluirse, se han agrupado en los siguientes apartados:

- *Debauchery tourism* o turismo de desfase
- *Cruising, swingers*, fetiches y fiestas
- Turismo LGTBI+
- Turismo sexual urbano-cultural
- Turismo sexual cultural. Las artes escénicas: Cabarés y espectáculos eróticos
- Viajes en pareja
- Encuentros personales

4.4.2.1. *Debauchery tourism* o turismo de desfase

Algunos de los anteriormente mencionados resorts sin límites fueron muy populares en las experiencias turísticas conocidas como “*no holds barred*”. En dichos resorts – como Club Méditerranée o 18-30 Club –, los turistas disfrutaban de unas vacaciones sin normas sociales (Goeldner & Ritchie, 2009c). Estos clubs tenían como objetivo a un público de solteros despreocupados en busca de compañía y locura en sus vacaciones (Buhalis, 2005). En estos clubs las mujeres no se sentían tampoco bajo las normas sociales y de género, y podían desinhibirse (Rojek & Urry, 1997).

El *Travel Industry Dictionary* (n.d.) define el *debauchery tourism* como “viajes realizados por aquellos que buscan oportunidades para entregarse a las drogas, el alcohol, el sexo y el juego”. Este tipo de turismo comprende otros tipos de turismo como son el turismo de borrachera, de drogas, de juego y sexual. Todos estos tipos de turismo se pueden dar por separado, sin embargo, parece haber cierta relación entre ellos en muchos casos. Cuando se habla de este turismo de desfase, el sexo es una faceta más. El sexo es algo que se da sin necesidad de recurrir a servicios de prostitución locales. Aquí, el turismo sexual va más allá de la definición clásica. A veces la dimensión sexual se da en forma de club de *striptease* (en destinos como Las Vegas) y otras entre los turistas como consecuencia del consumo de drogas y/o alcohol (como en Mallorca, Berlín, Nueva Orleans) o bien por puro hedonismo (como en los resorts mencionados anteriormente).

Figura 3. Fotograma de *Magic Mike XXL*



Fuente: Warner Bros (2015)

Muchas de las ciudades que son destinos famosos en este tipo de turismo se las conoce como “ciudades de pecado” (o así aparecen en muchos rankings *online*). Estos destinos son bastante populares para los viajes de despedida de soltero/a. Ofrecen al soltero y a sus acompañantes unos últimos días de desfase y liberación antes del matrimonio y una vida “seria”. Hay tantos tipos de viajes o “escapadas” para celebrar las

despedidas de soltero como personas; desde un fin de semana de pesca hasta un viaje para ver un partido de baloncesto, pasando por minivacaciones haciendo actividades multiaventura o cualquier cosa que le apetezca al novio/a y a sus acompañantes. Sin embargo, una de las formas más populares es mediante una última noche de fiesta como soltero. Este tipo de viajes tiene una gran importancia por lo que representan en la identidad de la persona, ya que se da una transición del rol del novio o novia (Williams, C. N., 1994). Esta transición está marcada por la sexualidad, por lo que es normal que en muchas despedidas de soltero haya un componente sexual como pueden ser las visitas a los clubs de *striptease*, la contratación de espectáculos eróticos (incluyendo *Drag shows*) y la visita de saunas y spas eróticos.

Otras de las vacaciones típicas del turismo de desfase son las *Spring Breaks*. Este es un fenómeno estadounidense en el que los universitarios aprovechan sus vacaciones de primavera para ir a destinos cálidos (principalmente Florida y California, pero ahora también van a países caribeños) y disfrutar en todos los sentidos (Josiam et al., 1998). Aunque nacieron con la finalidad de descansar y recargar energías tras el invierno, en la actualidad están más relacionadas con el consumo excesivo de alcohol, de drogas y la promiscuidad sexual (Josiam et al., 1998).

4.4.2.2. Cruising, swingers, fetiches y fiestas temáticas

Una de las prácticas que conlleva una participación sexual activa por parte del turista es el *cruising*. El *cruising* es la práctica en la que, generalmente hombres homosexuales o bisexuales, buscan parejas sexuales en lugares públicos (Tewksbury, 1996). Hay lugares conocidos donde hacer *cruising* en las ciudades y destinos famosos. Desde calas ibicencas hasta el mismísimo *Tiergarten* en Berlín.

En una línea similar se mueven los *swingers*. Los *swingers* son personas en una relación sentimental que llevan a cabo actividades sexuales con otras personas – intercambio de pareja – (Pfeuffer, 2019) dentro de un ambiente de libertad sexual (Prat Forga, 2010). A la hora de buscar estos locales liberales, al igual que para buscar lugares donde practicar *cruising*, se puede recurrir a *webs* especializadas (como *Cruisingmap*) o haciendo una simple búsqueda en Google (ver Figura 4) y hacer preguntas en caso de duda. Los *swingers* están estrechamente vinculados con la movilidad, ya que es más sencillo mantener el anonimato fuera del entorno habitual (Prat Forga, 2010). Dentro de

este tipo de turismo se dan vacaciones en “resorts *swingers*”, campings *swingers*, visitas a saunas, spas, clubs, etc. de corte liberal, y festivales *swingers* entre otras actividades. En el sur de Francia, por ejemplo, se encuentra Cap D’Agde. Este pueblo es uno de los destinos más importantes del mundo en cuanto al turismo naturista y *swinger*. Este pueblo cuenta con 20.000 habitantes permanentes, aunque en verano aumenta hasta los 200.000. En los años 50 del siglo pasado se abrió un camping nudista y en los años 1970 el gobierno francés impulsó el turismo naturista, creando un barrio totalmente nudista en el pueblo. En la década de 1990 fue cuando se desarrolló el turismo *swinger* al abrirse distintos clubs, restaurantes, spas, etc. de este tipo (Prat Forga, 2010).

Figura 4. Resultados de Google Maps tras buscar “Club Striptease” (Alicante)



Fuente: captura de pantalla de GoogleMaps

Con relación a este tipo de prácticas, también encontramos los llamados cruceros *swingers*. Este tipo de cruceros funcionan como los demás cruceros, solo que la ropa es opcional (en la mayoría de ellos) y hay muchas más actividades de temática erótica o sexual – no se deben confundir con los cruceros naturistas. Hay varios tipos de cruceros *swingers*: en algunos el sexo en público está prohibido, mientras que, en otros, no; en algunos los hombres solteros no pueden apuntarse, mientras que en otros sí (Drillinger, 2018).

Como se ha mencionado en el apartado anterior, el turismo sexual está estrechamente vinculado a otros tipos de turismo dados ciertos factores. Algunos de estos tipos de turismo son el de festivales y el de fiestas – quizás también por su relación con el alcohol y las drogas. Dentro de esas tipologías turísticas se podría especificar más, y encontraríamos festivales y fiestas cuya temática es la sexual. En algunos las drogas y/o el alcohol juegan un papel importante, mientras que en otros eventos el sexo es el factor principal y las drogas no están bien vistas. Hay distintos tipos de eventos de temática sexual, desde los que el factor sexual se da en la vestimenta, hasta los eventos en que el sexo y los fetiches son el elemento principal. Por ejemplo, la fiesta *Spicy* es un evento de lujo en el que se cierra un hotel de 5 estrellas (en 2018 fue el ME Ibiza, perteneciente a Meliá) durante 5 días. El hotel está preparado para las relaciones sexuales esporádicas de los asistentes y tienen fiestas temáticas y animación durante todo el evento (López Frías, 2018).

Figura 5. Asistentes al *PORN Forest by Pornceptual*



Fuente: Pornceptual (2019)

Una de las ciudades más famosas por sus fiestas sexuales – y no sexuales, pero en las que el sexo es un elemento central – es Berlín. Esta ciudad acoge fiestas como la *PORN Forest* (ver Figura 5), por ejemplo. *Pornceptual* es una plataforma berlinesa que cuestiona la industria pornográfica actual y presenta una pornografía diversa, inclusiva, *queer* (Pornceptual, n.d.). Unas de sus actividades principales son las fiestas temáticas, como la mencionada *PORN Forest*, o también las *Futuristic PORN*, *Ocean PORN*, *Surrealist PORN* o *Horror PORN* entre muchas otras. Estas fiestas son bastante conocidas en la ciudad, con una media de 2.500 asistentes (Secret City Travel, 2019). La asociación se fundó en 2012 y parte de la popularidad y éxito de sus fiestas se deben a la larga trayectoria de fiestas similares como la *Schlagernacktparty*. La primera de estas fiestas se celebró en 2003 y cada pocos meses, la repiten (excepto durante la época del covid-19). Sin embargo, esta fiesta no entraría dentro del nuevo concepto de turismo sexual, ya que simplemente es una fiesta nudista con los mejores *hits* de las últimas décadas. Todas las fiestas y eventos nombrados son organizados por empresas, colectivos o asociaciones, y se celebran cada cierto tiempo.

Sin embargo, en la misma Berlín encontramos el *KitKatKlub*, inaugurado en 1994. Este es uno de los clubs de techno más famosos de la ciudad. ¿Qué le hace especial? Mientras que el sexo se practica en las discotecas más importantes de la ciudad (algunas de difícil acceso, como en el caso de *Berghain*) como parte de la cultura techno, en el *KitKat* el sexo va más allá. Es considerada como una discoteca *fetish* en la que el sexo es el elemento principal. Todos los días de la semana hay una fiesta en la que la entrada se paga según tu vestimenta: entrada completa si vas vestido “casual”, con descuento si vas acorde con la temática *fetish* de esa noche o en ropa interior, y gratis si vas desnudo. Para poder acceder a la discoteca, los porteros han de dar el visto bueno y se ha de dejar el teléfono en la entrada (todo esto por privacidad, ya que las fotos y vídeos están prohibidos). Una vez dentro, todo está permitido. El club cuenta con barras americanas, jaulas, una sala con columpios para practicar *bondage*, un cuarto oscuro, piscina, *glory hall* y otras facilidades para disfrutar de una noche de techno y sexo. A él van personas de todas las edades – mayores de edad –, orientaciones sexuales, géneros y gustos. Uno puede participar activamente con los otros, consigo mismo o simplemente mirar, siempre y cuando haya consentimiento. Pero si algo hace realmente famoso a este club fuera de

Berlín es su conocida *Fickstutenmarkt* (o mercado de las yeguas). Esta fiesta se ha extendido a otras 4 ciudades alemanas y ha traspasado fronteras, llegando a celebrarse en Ámsterdam. De hecho, su *web* está en 4 idiomas (incluyendo el español). Es un evento de corte homosexual en el que solo pueden participar hombres, ya sea como “sementales” (activos) o como “yeguas” (pasivos). Las “yeguas” van desnudos completamente, con la cabeza cubierta por una capucha y cuyo color indica si quieren practicar sexo seguro o no. Los “mozos de caballeriza” son los encargados de velar por el cumplimiento de las normas (Martín, 2018). Este evento es tan exitoso que en otros países como Reino Unido han copiado la idea. Este país cuenta con varios festivales sexuales repartidos por toda su geografía. En Gales tiene lugar un festival *kinky* (fetichista) en el que los participantes se caracterizan como ponis o cachorritos. Este evento no era conocido para el público en general, pero tras un artículo en la *web*, se hizo viral y más gente se unió (Misstear, 2015).

4.4.2.3. Turismo LGTBI+

Antes que nada, hay que mencionar que en muchos apartados de este trabajo no se hace referencia a la orientación sexual, ya que las actividades pueden ser llevadas a cabo por cualquier persona, independientemente de su sexualidad. Igualmente, las actividades que conllevan un turismo sexual activo (es decir, en el que el turista forma parte de la relación), como los clubs *swingers* o los cruceros liberales, suelen ofrecer opciones heterosexuales, homosexuales o *gay-friendly*. No obstante, en el ámbito del turismo LGTBI+ conviene recordar que las prácticas homosexuales pueden tener una situación legal diversa. De hecho, en muchos países están perseguidas y penalizadas. En el caso de que cierto tipo de práctica sea de corte (solo) heterosexual o (solo) homosexual, como ocurre con el *cruising*, se menciona explícitamente.

Algunas prácticas concretas se han diversificado con el tiempo, dando lugar a tendencias muy específicas, tal y como ocurre en otras tipologías turísticas. Como consecuencia, resulta extremadamente difícil acotar los tipos de turismo sexual en general. Muchas subtipologías comparten actividades, por lo que la clasificación de una actividad en uno de estos apartados o en otro no se debe a razones más allá de la redacción de este trabajo. A continuación, se muestran algunas tendencias, que pueden conceptualizarse como turismo sexual LGTBI+., aunque muchas de ellas podrían aparecer en otros apartados.

El turismo *pink* o rosa (con frecuencia aparece como sinónimo del turismo LGTBI+ en general) es aquel dirigido a los miembros de la comunidad LGTBI+. También es conocido como turismo gay, aunque esta definición deja fuera a muchas personas del colectivo. En la actualidad se dan ciertas discrepancias sobre este tipo de turismo ya que no es tan homogéneo como se creía. Por ejemplo, las mujeres lesbianas tienen más cosas en común con otras viajeras femeninas que con los propios gays (Kauhanen, 2015). En lo que sí coinciden la mayoría de estudios es que los destinos dentro de este tipo de turismo son aquellos en los que la homofobia no tiene cabida y que ofrecen un espacio seguro dedicado al colectivo (Kauhanen, 2015). Los destinos pueden ser simplemente *gay friendly*, es decir, aquellos que dan la bienvenida a la comunidad LGTBI+, o pueden ser destinos para celebrar bodas, pudiendo casarse de forma legal, o en los que se celebren eventos importantes para el colectivo (Kauhanen, 2015).

Unos de los eventos cruciales para la comunidad LGTBI+ son los desfiles del Orgullo, las cabalgatas *queer* del Mardi Gras y los festivales LGTBI+. Estos eventos atraen a miles de turistas a ciudades como Madrid, Berlín, Copenhague, Milán, Sídney, San Francisco o Nueva York entre muchas otras. En estas cabalgatas participan no solo personas pertenecientes al colectivo, sino también personas heterosexuales. Lo interesante de estas festividades es que por un momento parece que desaparecen las normas sexuales y sociales, permitiendo así a los visitantes desinhibirse. Se da una inversión del orden sexual establecido por uno o varios días, lo que permite experimentar de forma segura lo “desconocido” (Mason & Lo, 2009). Otros eventos que atraen también a turistas son los espectáculos *Drag*, como el del *Monster Ronson's Ichiban Karaoke* en Berlín (Monster Ronsons Ichibin Karaoke, n.d.).

El Mediterráneo fue – tanto la zona europea como la africana – el destino principal al que acudían los turistas homosexuales entre mediados del s. XVIII y s. XX, debido a la permisibilidad que ofrecían los países mediterráneos (Gravari-Barbas et al., 2017). A mediados del siglo pasado el Mediterráneo perdió fuerza (especialmente en el norte de África) y desde los años 1970 ganaron fama las ciudades norteamericanas que contaban con una gran comunidad gay (Gravari-Barbas et al., 2017). En la actualidad, los mayores destinos del turismo homosexual son grandes ciudades occidentales en las que la comunidad gay juega un papel dinamizador muy destacado dentro de la ciudad (Gravari-

Barbas et al., 2017). Ocurre, por ejemplo, en determinados barrios en los que el colectivo tiene una presencia importante, como en Chueca. En este famoso barrio de la capital española se pueden encontrar distintos negocios donde el erotismo juega un papel principal, como es el caso de las tiendas de dulces donde venden *pollofres* y *coñofres*..

4.4.2.4. Turismo sexual urbano-cultural

Uno de los turismos genéricos más practicados y consumidos a nivel mundial es el turismo cultural. Dentro de este tipo de turismo, una de las prácticas más *mainstream* son los *tours* o circuitos turísticos. Algunas empresas especializadas en turismo sexual ofrecen *tours* que van desde opciones con más participación – encubriendo así la prostitución – a opciones más *voyeur*, pudiendo el turista personalizarlo (Evans et al., 2000). También existen itinerarios en los que el turista no participa de forma activa. Estos pueden ser específicos de temática sexual – como podría ser uno de arquitectura – como de otra temática en la que el sexo es un componente importante sin ser el principal. Un ejemplo serían los itinerarios de la empresa *Sandemans New Europe*. Esta empresa ofrece *tours* de diversas temáticas por distintas ciudades europeas. Uno de esos *tours* es el del Barrio Rojo de Ámsterdam (ver Figura 6), donde se puede aprender tanto la historia de la prostitución en la ciudad, como la situación actual, pasando por los clubs y *sexshops* más famosos, las *condonerías*, los teatros donde se llevan a cabo espectáculos de sexo en directo (*live peepshows*) y cabinas en las que por uno o dos euros puedes disfrutar de un minuto de intimidad con un espectáculo sexual para poder masturbarte. En otras ciudades cuentan con *tours* en los que el sexo cobra importancia, como el de “la Barcelona prohibida”, “cultura alternativa y arte urbano en Berlín”, “tour alternativo de Copenhague”, “el lado oscuro de Dublín”, “el lado oscuro de Londres”, “San Pauli: el barrio rojo y el puerto de Hamburgo” o el del “barrio de Montmartre de París” (Sandemans New Europe, n.d.). Muchos turistas prefieren informarse sobre los destinos y hacer itinerarios por su cuenta, siendo la visita de los barrios rojos un punto más en la lista de cosas a hacer en el destino.

Otra actividad muy típica del turismo cultural es la visita de museos y jardines. Hay varios de corte erótico y sexual por todo Occidente, e incluso en Asia. Algunos son más sutiles o están enfocados más a las relaciones sentimentales en general, como el Museo de los Corazones Rotos en Zagreb. Otros son más eróticos, como el Erotic Heritage

Museum de Las Vegas, están dedicados a los juguetes, como el Museo de Máquinas Sexuales en Praga, o son decididamente explícitos, como el Museo del Pene en Islandia o el parque Haesindang en Corea del Sur. Todos ellos son ejemplos de cómo se comercializa y se consume la sexualidad, si bien en este caso es de una manera más *voyeur* (Oppermann, 1999).

Figura 6. Tour del Barrio Rojo de Ámsterdam

newEUROPE LO MÁS DESTACADO

SOBRE ITINERARIO PHOTOS HORARIC

ACTIVIDAD: TOUR DEL BARRIO ROJO DE ÁMSTERDAM

Aventúrate a conocer uno de los barrios más famosos de toda Europa con este tour a pie de 2 horas. Te guiaremos por el Barrio Rojo para mostrarte los diferentes tipos de vida que se encuentran en sus calles y enseñarte todo lo que el barrio más antiguo y controvertido de Ámsterdam tiene para ofrecer. Desde sus *coffee shops* a los espectáculos de sexo en directo y tiendas eróticas, te enseñaremos la realidad de uno de los barrios más famosos y polémicos de Europa.

El Tour del Barrio Rojo de Ámsterdam empieza delante del Monumento Nacional de la Plaza Dam

- Conoce comercios como la *Condomerie*, sex shops y tiendas especializadas en sadomasoquismo
- Recibe información esencial sobre cómo comportarte como un lugareño en el Barrio Rojo
- Aprende sobre las prostitutas que trabajan en el barrio y sobre el *Prostitutie Informatie Centrum*
- Descubre esculturas escondidas que reflejan la vida e historia del Barrio Rojo
- Visita *Warmoesstraat*, el barrio del cuero

Fuente: captura de pantalla de la web <https://www.neweuropetours.eu/es/sandemans-tours/amsterdam/tour-del-barrio-rojo-de-amsterdam/>

Por último, Sanders-McDonagh (2015) estudió el consumo por parte de las turistas de los espectáculos de sexo público en Ámsterdam. Para la autora lo importante en este caso no era el qué se veía, sino el dónde. Sanders-McDonagh defiende que las turistas, dado el contexto de la ciudad, pueden disfrutar de este tipo de espectáculos que habitualmente no verían dadas las normas sociales. De nuevo, la conducta sexual se ve liberada de dichas normas y las mujeres pueden disfrutar de algo que no podrían en su lugar de residencia.

4.4.2.5. Turismo sexual cultural. Las artes escénicas: Cabarés y espectáculos eróticos

En las ciudades se dan cantidad de servicios y productos cuyo principal público es el local, sin que esto repercuta en la posibilidad de que los turistas atiendan los diversos eventos o consuman ciertos productos. Es el caso de los cabarés, por ejemplo. Los musicales, obras de teatro y/o cabarés o bien se establecen en una ciudad o hacen una gira. Sea como fuere, muchos turistas van a estos espectáculos, a veces es el motivo principal del viaje y en otras ocasiones es otro aliciente más. Algunos de estos *shows* se han comentado previamente (como el caso de los *live peep-shows* o de los *shows Queer*).

En el bar berlinés *Toast Hawaii* tienen un evento que atrae tanto a locales como a turistas, siempre y cuando se entienda el alemán. En este bar-cabaré conocido entre los locales se presentan distintos espectáculos y eventos en los que el sexo y el género tienen gran importancia. Uno de sus eventos más famosos es el *karaoke porno*. En este *karaoke* tan curioso en vez de poner voz a las canciones, se improvisan diálogos y efectos de sonido a las escenas más *retro* de películas porno de los años 70. (Secret City Travel, 2016; Toast Hawaii, n.d.). También tendría cabida en este apartado el *mundial de airsex*. Nació en Japón, pero en la actualidad es muy popular en EEUU. Este evento reúne a gente que finge tener orgasmos y relaciones sexuales con una persona imaginaria (Brodesser-Akner, 2015). Como se ha mencionado previamente, también se podrían incluir en este tipo de actividades espectáculos *Drag*. Otro tipo de espectáculo muy común son los humorísticos. Algunos tienen temática sexual. Es el caso del *Story party / True Dating Stories tour*. En este espectáculo – actualmente de gira por Europa – los monologuistas comparten historias reales sobre citas y anécdotas sexuales (Story Party, n.d.).

Dentro de esta categoría no podemos olvidar los espectáculos en los que el erotismo y la desnudez juegan un papel primordial: los clubs de *striptease*. Aunque ya se han mencionado anteriormente dentro del turismo de desfase, hay que tener en cuenta que a los clubs de *striptease* acuden turistas que no siempre están practicando ese turismo de desfase, sino que van a dichos clubs como una experiencia más. De nuevo, empresas como “SIXX PAXX” en Berlín, ofrecen espectáculos eróticos para mujeres. En su *web* no solo se encuentra información sobre los distintos *shows* que ofrecen, sino también hay un enlace directo a una OTA y un código descuento para el alojamiento (Sixxpaxx, n.d.).

Por último, las ferias y festivales eróticos donde el asistente no mantiene relaciones sexuales (como sí era el caso en los festivales fetiches mencionados anteriormente). Aquí se podrían incluir los festivales de cine erótico. En cuanto a las ferias, suele haber talleres, sesiones formativas o coloquios entre otro tipo de actividades. Aunque haya talleres prácticos, el propósito de las ferias no es mantener relaciones sexuales, sino dar información y ofrecer distintos espectáculos. El *Salón Erótico* de Barcelona es un claro ejemplo.

4.4.2.6. Viajes en pareja

Los destinos románticos ofrecen a las parejas un reconocimiento de su amor frente a los otros por lo que dichos destinos representan en nuestra cultura (Gravari-Barbas et al., 2017). Destinos como Venecia, Roma, París, Mauricio, la Polinesia Francesa o las Seychelles suelen ser los elegidos para pasar la luna de miel (Buhalis, 2005; Gravari-Barbas et al., 2017). Pero antes de la luna de miel tiene lugar la boda. En la actualidad muchos son los que optan por tener una boda fuera del lugar de residencia, ya sea en el mismo país o en el extranjero. De hecho, son las parejas no heterosexuales las que optan por esta opción para poder casarse de forma legal, tal y como se ha mencionado anteriormente (Kauhanen, 2015). En muchos de estos destinos para bodas y recién casados, podemos encontrar hoteles sólo para adultos y/o temáticos.

La aparición de los famosos hoteles “*only adults*” no solo tiene que ver con la tranquilidad obtenida al evitar tener niños en el hotel, sino también por lo que supone en un ámbito moral/ético el apartarse de las familias tradicionales (Millares, 2017). Estos hoteles están muy vinculados al turismo de masas y al turismo ya mencionado anteriormente de las 5 S, aparte de a los destinos románticos. Las vacaciones favorecen las relaciones sexuales en la pareja. De hecho, la agencia danesa de viajes *Spies Rejser*, lanzó una campaña publicitaria en 2014 en la que animaba a viajar a los jóvenes daneses para aumentar la tasa de natalidad. Según las estadísticas, en vacaciones se conciben el 10% de los bebés daneses y las parejas practican alrededor de un 45% más de sexo. Pusieron en marcha un concurso en el que, si las parejas daban positivo en el test de embarazo tras sus vacaciones, entraban en un sorteo de unas vacaciones familiares y ayudas durante 3 años para costear los gastos del recién nacido. También animaban a las parejas que no podían concebir (ya fuese por edad, salud u orientación sexual) que viajaran

para disfrutar de su vida sexual (Spies Reiser, 2014). La campaña fue de tal éxito que decidieron repetir la fórmula en 2015, animando a las madres a regalar viajes a sus hijos a lugares soleados, de playa, donde se practicase deporte o se llevasen a cabo actividades y liberasen endorfinas, para que tuvieran sexo y les dieran nietos (Spies Reiser, 2015). Tras ambas campañas, la tasa de natalidad creció en Dinamarca. En 2016, lanzaron la campaña *Do it Forever*, siendo ésta la continuación a las dos anteriores. En esta campaña pretendían aumentar los viajes a lugares exóticos, ya que en dichos destinos el sexo aumenta un 102%, y compensar así la falta de sexo que se daba en las parejas que acababan de tener hijos (Spies Reiser, 2016).

En efecto, las vacaciones fuera del hogar amplifican los sentidos y aumentan los encuentros sexuales (Gravari-Barbas et al., 2017). Estar fuera del contexto cotidiano, con cierta impunidad (las normas parecen más flexibles para los turistas) y con una distancia moral (“las vacaciones no son el día a día”) abre un mundo de posibilidades eróticas que facilitan y/o mejoran los encuentros sexuales (Gravari-Barbas et al., 2017). A todo esto, hay que sumar el erotismo que desprenden ciertas ciudades, ya sea desde un grado más romántico (Venecia) o erótico (Buenos Aires y su tango) a uno más sexual (Ámsterdam) o mixto (París). El imaginario erótico juega un papel muy importante en la elección del destino y en nuestro comportamiento durante el viaje (Gravari-Barbas et al., 2017). En páginas como “Mis picaderos” se pueden encontrar múltiples lugares donde mantener relaciones alrededor del mundo y leer las opiniones de otras personas. También hay artículos sobre lugares insospechados donde tener sexo, desde el desierto hasta en iglús, pasando por tiendas de campaña, oasis o el mismo campo (Sierra, 2017).

El transporte también es susceptible de ser protagonista en las fantasías sexuales de muchos turistas: desde barcos (quizás animados por la historia de amor de Rose y Jack en *Titanic*) hasta trenes como el Orient Express (al más puro estilo *Nymphomaniac* de Lars von Trier) pasando por los aviones. De hecho, se conoce popularmente a las personas que han mantenido relaciones sexuales en un avión como el *Mile High Club* (Gravari-Barbas et al., 2017). En la actualidad se pueden incluso alquilar avionetas para tener sexo en el aire y vivir una experiencia nueva (D.S., 2018). Por si fuera poco, la empresa nacional de trenes de Ucrania publicó un artículo en su revista sobre el sexo en los trenes durante los viajes por el país (Janney, 2017).

Incluso se podría considerar dentro de un turismo sexual (o sentimental) las visitas a la pareja cuando se mantiene una relación a distancia, en las que la proximidad física – y todo lo que eso conlleva – es la motivación principal del viaje.

4.4.2.7. Encuentros personales

Como se ha mencionado anteriormente, el sexo o la posibilidad de encuentros sexuales durante el viaje juegan un papel importante y central en la elección del destino (Yeoman & Mars, 2012). Esto es importante si miramos dentro de una de las categorías turísticas definidas por la OMT: visitas a familiares y amigos. Aunque parezca una tipología muy inocente, muchas de estas visitas se hacen, como se dice popularmente, con *segundas* intenciones – o quizás no tan *segundas*–. Sería interesante investigar cuál es el motivo principal para visitar a amigos. En algunos casos se visita a ciertos amigos esperando que surja un encuentro sexual con la otra persona, si bien es cierto que sería difícil encontrar gente que admita abiertamente que esa fue una de las razones principales para visitar a esos amigos. Se da cierta dificultad a la hora de estudiar esas motivaciones porque: 1) es un tema íntimo y a veces tabú; 2) costaría mucho saber si pesa más la amistad o la atracción, ya que la realidad de las relaciones interpersonales es muy compleja; 3) muchas veces la motivación sexual es algo más inconsciente/subconsciente y; 4) queremos convencernos de que el sexo no juega un papel tan central en nuestras decisiones.

Otro punto que estudiar en este campo sería las relaciones que se dan al visitar a amigos sin ningún tipo de intención. Por ejemplo, uno puede visitar a un amigo sin que se espere ni se desee que pase algo con la otra persona y, sin embargo, sí puede desembocar en un encuentro sexual. Una cuestión interesante es saber qué papel juega el hecho de estar de viaje a la hora de mantener relaciones sexuales. Hay diversos estudios que investigan el comportamiento sexual en los viajes y la liberalización que se da en estos (Berdychevsky et al., 2013; Herold et al., 2001; Mason & Lo, 2009; Thomas, 2005).

Aunque no se visiten a amigos y familiares, las relaciones interpersonales tienen un rol muy importante. Es el caso de los llamados *amores de verano* (esas relaciones cortas que se dan en las vacaciones estivales) o de los viajes que se hacen con la intención de superar algún desamor y/o en el que muchas veces se busca conocer a alguien. Los viajes permiten explorar y reconstruir la identidad propia a través del comportamiento sexual

(Berdychevsky et al., 2013). A la hora de conocer gente, podríamos hablar de los eventos de *speed dating*. En muchas grandes ciudades se puede acudir a este tipo de eventos para conocer gente y encontrar pareja. Aunque estos eventos se crean principalmente para la población local, hay turistas que participan en ellos. Algunos de estos turistas son personas que viven en las proximidades y se desplazan hasta estas ciudades para atender dicho evento. También participan personas que viven de forma temporal en la ciudad y que no son considerados residentes.

Sin embargo, gracias a la digitalización y al avance tecnológico, en la actualidad encontramos infinidad de *apps* y *webs* que ayudan a encontrar pareja o conocer otras personas y/o viajeros. Algunas de estas aplicaciones tienen como objetivo poner en contacto a dos o más personas con algún interés común. Algunas ponen en contacto a un local y a un turista para mostrarle la ciudad (*Showaround*) o para tener una experiencia gastronómica genuina (*EatWith*). Otras conectan a viajeros que viajan solos (*SoloTraveller*), y las hay también que permiten quedar de antemano con turistas o locales para hacer algún plan (*TourBar*). Gran parte del turismo sexual se da entre los mismos turistas, principalmente solteros/as y jóvenes (Lagunas, 2010). Hay otras *apps* como *Tinder* o *Bumble* cuya finalidad no es turística, sino conocer gente en un sentido más romántico o sexual. Sin embargo, muchas personas utilizan estas aplicaciones cuando se encuentran de vacaciones. ¿Qué sentido tiene utilizar una aplicación de citas cuando uno se encuentra de viaje? Si fuese por el hecho de conocer gente durante las vacaciones, como se ha visto anteriormente, hay otras *apps* especializadas.

Se podría decir que muchos turistas buscan algo más que amistad durante sus vacaciones. Se desconoce el motivo por el que realizan el viaje o eligen el destino, sin embargo, llevan a cabo estas prácticas durante su viaje. Muchos dicen “buscar gente para salir de fiesta”, “para unas cervecitas”, entre muchos otros motivos. En la figura 7 pueden verse diversas capturas de pantalla de biografías de distintos perfiles de hombres en *Tinder* con localización en Ibiza, Alicante y Tenerife durante el verano de 2020. Estos son solo 9 ejemplos de los muchos perfiles que aparecían en el *feed* y que estaban de vacaciones. No hay ninguna intención de discutir qué hay de cierto o inocente en las motivaciones que algunos escriben en su biografía. Si fuese para conocer “gente” – así, en general, sin ninguna intención sexual –, no ajustarían sus búsquedas según su orientación sexual y

quizás tampoco tendrían tantas fotos sin camiseta. Solo se pretende hacer reflexionar al lector sobre el uso de este tipo de aplicaciones durante los viajes y el factor sexual que se da en muchos de nuestros viajes – ya seamos conscientes o no – y que a veces nos cuesta admitir.

Figura 7. Biografías de turistas en Tinder.
Localización: Alicante, Ibiza, Tenerife



Fuente: captura de pantalla de la app Tinder (2020)

De hecho, fueron este tipo de perfiles en Tinder los que llevaron a replantearme el concepto de turismo sexual y a investigar sobre este tema. En 2018 se publicaron varios artículos sobre Anthony Botta y como este joven belga había hecho *Tindersurfing* (en referencia a *Couchsurfing* y *Tinder*). Anthony se alojó durante los dos meses que duró su viaje en las casas de las mujeres con las que había hecho *match* en *Tinder* (Hosie, 2018). Dijo que lo hizo para sumergirse en la cultura local de una nueva forma, y que no era quisquilloso a la hora de aceptar/descartar a las mujeres porque quería un lugar donde

quedarse, si bien es cierto que prefería quedarse con las mujeres que le atrajesen. Admitió que con algunas sí hubo relaciones sexuales. No se puede negar que en esta práctica el factor sexual es importante, ya que, si quería ahorrarse algo de dinero y sumergirse en la cultura local, hay muchas *apps*, *webs* y foros dedicados a eso. Sin embargo, se decantó por *Tinder* y por las mujeres.

4.5. El sexo como reclamo turístico e imaginario colectivo

El sexo es un factor motivador de gran importancia, y en muchos casos es decisivo para algunos viajeros (Hughes, 2006). Tras aplicar las teorías sobre motivación de los psicólogos más importantes al campo del turismo, vemos que el sexo, el amor y las relaciones con los otros son grandes impulsores del comportamiento (Goeldner, & Ritchie, 2009b). Los estudios de mercado han mostrado que no solo son las motivaciones las que empujan a los turistas a viajar a ciertos destinos, sino que también tiene un papel relevante la imagen del destino (Goeldner, & Ritchie, 2009b).

El *place branding* hace referencia a la creación de una identidad diferenciada de un destino (ya sea local o incluso nacional) atractiva y sostenible (Memelsdorff, 1998). Las instituciones públicas son las que se encargan de la imagen de marca de los destinos, sin olvidar que la publicidad de las empresas ubicadas en los destinos también influye en la percepción del turista. Para la creación, mantenimiento y modificación de la imagen de marca de un destino, las instituciones utilizan las diversas herramientas que el marketing les presenta. El sexo y el erotismo se han utilizado con fines publicitarios, ya sea en relación con otros turistas, a los “nativos exóticos” (Lowry, 1993) o al lugar (Gravari-Barbas et al., 2017). Los responsables del *place branding* se encuentran tanto construyendo como deconstruyendo los destinos eróticos y los imaginarios anticuados sobre dicho lugar (Gravari-Barbas et al., 2017). Los destinos no son eróticos, sino que se da una erotización de los mismos mediante el uso del imaginario geográfico para atraer turistas (Gravari-Barbas et al., 2017).

De nuevo, las representaciones simbólicas juegan un importante papel. Al construir la identidad propia y asignar unas cualidades al “Otro”, también se les asigna una sexualidad y atributos. La sexualidad con la que la población local es definida por los turistas es utilizada en la publicidad, a veces llegando incluso a la hipersexualización y racialización (Alcázar Campos, 2009). Los destinos sacan partido de los estereotipos

sexuales con los que se les identifican, aunque puedan estar basados en ideas racistas y fetichismos étnicos. En muchos casos se personifica al destino para crear así una relación entre dicho lugar y el turista. Principalmente se hace desde un punto de visto heterosexual y masculino, por lo que se suele personificar al destino como una mujer para que el turista lo vea como una relación de dominación (Gravari-Barbas et al., 2017). Campañas como “territorio de vacaciones virgen” de las Islas Vírgenes Británicas o “*Barcelona posa't guapa*” son claros ejemplos (Gravari-Barbas et al., 2017). Al igual que la célebre frase del alcalde de Berlín Klaus Wowereit sobre la ciudad: “*Arm aber sexy*” (pobre, pero sexi). En la publicidad podemos encontrar mensajes, tanto explícitos como implícitos, que suscitan encuentros sexuales, comerciales o casuales (Hughes, 2006). Se utilizan los cuerpos atractivos masculinos y, en su mayoría femeninos, en la publicidad visual para atraer a los turistas, siendo este un fenómeno que ya se daba a mediados del s. XX (Gravari-Barbas et al., 2017).

Figura 8. Fotograma de *Memorias de una Geisha*



Fuente: Columbia Pictures (2005)

Pero las instituciones públicas y las empresas no son las únicas que influyen en la imagen del destino. El imaginario colectivo se alimenta de la cultura popular, ya sea a través de ficción literaria y/o cinematográfica, canciones, mitos y leyendas, estereotipos (Lagunas, 2010). Se da una estrecha conexión entre sexo y viaje en la imaginación (Littlewood, 2001). Evans et al. (2000) afirman que uno de los principales impulsores de la industria turística actual es el imaginario colectivo (en este caso erótico), si bien es cierto que, como afirman Gravari-Barbas et al. (2017), éste no es universal, ya que se dan diferencias entre culturas. El imaginario colectivo va cambiando al mismo tiempo que la cultura, por lo que muchos destinos deben su erotismo a ciertas épocas históricas (como los locos años 20 de Berlín) o a su temporalidad cíclica (Venecia y su carnaval) (Gravari-Barbas, et al., 2017). Según evolucionan los imaginarios, cambia la geografía de los destinos eróticos, naciendo unos y desapareciendo otros (Gravari-Barbas, et al., 2017).

La literatura y el cine están plagados de obras – muchas de ellas muy conocidas – que, basadas o no en estereotipos, influyen en nuestra visión de la población local, el destino y/o el viaje como escenario, las aventuras, el romanticismo y el erotismo del viaje. El imaginario erotiza tanto a los habitantes, como a los turistas y a los encuentros (Gravari-Barbas et al., 2017). Lagunas (2010) habla sobre como *Rebelión a bordo* con Tarita y Marlon Brando alimentaba la idea de lo exótico, la belleza y el placer sexual en Tahití, reproduciendo la idea romántica de los tiempos coloniales. También comenta la relación entre el sexo y las Cataratas del Niagara y como se convirtieron en un destino importante para las lunas de miel tras la película de Marylin Monroe *Niagara*. Pero los estereotipos y clichés no se dan solo en relación con la población local o al destino, sino también entre los propios turistas (como en el caso de *La Playa* con Leonardo DiCaprio) o con los agentes turísticos. Este último se da, por ejemplo, en la película *Cocktail*, con Tom Cruise como *barman*, o tal y como sucede en la novela de Antonio Gala *La pasión turca*, con Ana Belén como protagonista en la versión cinematográfica, que interpreta a una turista que tiene un encuentro sexual, seguido de un romance, con el guía local. Muchas – y muchos – han suspirado por Marcello (interpretado por Raoul Bova) en *Bajo el sol de la Toscana*, o se han reído con las aventuras de *Shirley Valentine* en Grecia, o han querido conocer otro viajero y pasar una noche como en *Antes del Amanecer*, o hacer un *roadtrip* como en *Y tu mamá también* o en *On the road*, tener un verano lleno de amor y sol como

en *Mamma Mia!* o *Call me by your name*, o verse envuelto en un amor prohibido como en *Seta* de Alessandro Baricco. La lista podría continuar y seguramente el lector pueda pensar muchos más ejemplos. Y no solo se percibe en películas y libros, sino también en infinidad de canciones. *La Flaca* de Jarabe de Palo evoca la sensualidad de una cubana con versos como “En la vida conocí mujer igual a la flaca, coral negro de la Habana, tremendísima mulata”. Además, hay destinos que despiertan cierta curiosidad sexual por su historia y cultura, como el caso de la India y su relación con el Kâma-Sûtra. Lo queramos o no, la cultura actúa como una lente, haciendo que la imagen que percibimos sea de una manera determinada – de hecho, el Kâma-Sûtra es una guía espiritual hinduista que en la cultura popular occidental se ha interpretado como una enciclopedia de diferentes posturas sexuales. No sería de extrañar que muchas de nuestras elecciones se vean influenciadas por nuestras ideas preconcebidas, seamos o no conscientes de ello. Quizás la elección de un destino está influenciada por nuestra imagen de la población local como posible pareja sexual o del tipo de turistas con los que nos vamos a encontrar, o quizás del destino como escenario en el que desarrollar una historia sexual y/o afectiva.

Figura 9. Fotograma de *Bajo el sol de la Toscana*



Fuente: Buena Vista Pictures Distribution (2003)

Ese imaginario colectivo y cierto tipo de artículos ejercen cierta influencia a la hora de elegir nuestro próximo destino. Artículos como “*Los mejores destinos sexuales para pillar cacho (de forma legal)*” en 20minutos dejan claro que, aunque uno vaya a un destino a pasarlo bien con los amigos, hay ciertos destinos en los que es fácil ligar con locales o con otros turistas. En su artículo recomiendan lugares como Magaluf, las islas griegas o caribeñas, Malta o Croacia. Tal y como lo presentan en diversos artículos, uno podría hacerse un recorrido viajando y teniendo aventuras sexuales. El hecho de que haya prácticas y posturas sexuales cuyos nombres hagan referencia a ciertos países debería hacernos reflexionar sobre nuestra visión de dichos países. Desde “el alemán” (conocido popularmente como “el misionero”) hasta el sexo sueco, pasando por el sexo griego e inglés, por ejemplo. Algunas de estas prácticas “cambian” de nacionalidad según el país en que nos encontremos. La práctica llamada “cubana” en España se conoce prácticamente en toda Europa como “española” o “*spanish sex*”².

En Internet se pueden encontrar algunos juegos o retos sexuales que llevar a cabo durante un viaje. Es el caso del *flag game* (juego de las banderas). Este juego consiste en besar a personas, “obteniendo” así la bandera según la nacionalidad de dicha persona (Urban Dictionary, 2016). Las reglas del juego dependen de quien te explique el juego. En un *hostel* en Copenhague uno de mis compañeros de habitación me contó que él “coleccionaba” las banderas de las chicas extranjeras con las que iba teniendo sexo durante sus viajes y que, si dichas chicas eran de la ciudad que estaba visitando, entonces esa bandera valía el doble. Otro grupo de amigos me contó que ellos habían desarrollado sus propias reglas y hasta un sistema de puntuación, y competían en cada viaje. En sus reglas el sexo puntuaba el doble que los besos y, al igual que mi compañero de *hostel*, contaba más el sexo con la población local que con otros turistas. El sexo y los besos con personas de su misma nacionalidad (española) no contaba, y si las chicas acababan con italianos o los chicos con alemanas, entonces perdían puntos (justificaban esto último por

² Unos amigos italianos hicieron una broma sobre “*fare una spagnola*” y no entendí a qué se referían. Tras explicarme de qué se trataba, me dijeron “¿sabes Lara? Los españoles vais a Italia y esperáis pizzas y pasta. Pero los italianos cuando vamos a España esperamos españolas” (entiéndase con los dos sentidos). Eso me hizo reflexionar sobre la imagen que tenían los extranjeros de las mujeres españolas. De hecho, la Comisión Europea utiliza estas ideas para fomentar la participación en el Erasmus mediante caricaturas de jóvenes soñando con españolas *sexis* y franceses de músculos marcados (The Economist, 2020).

la supuesta facilidad que supone ligar con italianos o alemanas, de nuevo aparecen los estereotipos).

Hace unos años el antropólogo y actor porno Colby Keller – y con máster en artes audiovisuales – recorrió Norteamérica en su furgoneta para llevar a cabo un proyecto artístico. En este proyecto llamado “*Colby does America*” (Colby se tira a América), Colby recorrió todos los estados de EEUU y provincias de Canadá grabando escenas de contenido sexual en todos ellos (Bixby, 2014; Pato, 2015). Aunque el propósito principal de este proyecto era demostrar que se podía producir una película pornográfica sin necesidad de productoras y luchando a su manera contra el sistema capitalista (se deshizo de todas sus pertenencias antes de empezar el proyecto y se financió a través de los *fans*), es curioso que optase por hacer un viaje por carretera tachando estados conforme tenía sexo con gente de allí.

La primera vez que oí hablar de dicho juego y de la aventura de Colby, decidí investigar y buscar algo de información a través del Internet. Una de las herramientas que ha ido cobrando fuerza en la última década son las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs). Las TICs son, según Ochoa y Cordero (2002), un conjunto de productos y procesos derivados del *software* y *hardware*, soportes y canales de comunicación, relacionados con el almacenamiento, procesamiento y la transmisión digitalizada de la información. Ayudan a mejorar el proceso de planificación y de la toma de decisiones, mejoran la calidad y facilitan la comunicación y el control (Pita, 2018). Internet juega un papel esencial en la venta y promoción del turismo sexual (Chow-White, 2006), así como en el desarrollo del imaginario sexual y cultural (Lagunas, 2010). En la red confluyen mensajes sobre género, sexualidad, raza, globalización, etc. que llevan a los turistas a profundizar en el tema y a compartir sus experiencias y consejos (Chow-White, 2006). Internet es usado tanto por las instituciones y las empresas, así como por los viajeros. En la web se pueden encontrar infinidad de artículos sobre destinos y actividades. Solo hace falta hacer una sencilla búsqueda en *Google* para encontrar aquello que se busca. Muchos de los resultados mostrados nos dirigirán a *webs* especializadas en viajes o cultura, y en otros casos serán foros en los que otros usuarios ya han preguntado algo similar. En los foros de Internet – ya tengan sus propias *webs* o bien sean foros pertenecientes a otras *webs* o redes sociales – la gente puede pedir recomendaciones o

hacer preguntas, y el resto de los usuarios pueden contestar. Por ejemplo, tal como puede verse en la Figura 10, una usuaria de un grupo de *Facebook* preguntó sobre los hombres de otros países, y obtuvo en menos de 10 horas más de 470 comentarios. Durante todo el presente trabajo aparecen varios ejemplos en los que el Internet juega un papel importante para el desarrollo de ciertas actividades.

Figura 10. Publicación y comentarios en un grupo de *solo travelers* femeninas.



Fuente: captura de pantalla (2020)

Al igual que se encuentra información sobre destinos y actividades, también se puede leer sobre las costumbres, fama y comportamiento sexual de la población local. Al igual que con el imaginario basado en las películas, literatura, música, etc., Internet cuenta con mucho contenido que puede influenciar nuestra imagen sobre el “Otro”. Uno se podría pasar horas leyendo artículos, entradas en *blogs* y/o vídeos en *Youtube*. Muchos autores de dicho contenido cuentan sus experiencias personales y, en muchos casos, hablan sobre la “fama” (de nuevo, estereotipos) de cada una de las nacionalidades. Por ejemplo, en el artículo “*The evolution of Greek Lover: From the Kamaki to Mr. Trendy*” de la *web Greek Reporter*, explican la fama de los amantes griegos y como éstos son retratados en el cine.

Tras comentar los cambios generacionales, pasan a comparar el comportamiento sexual de los hombres según su nacionalidad. Defienden que tanto los griegos como los italianos o españoles están dispuestos a satisfacer 100% a la mujer con la que se encuentren; los escandinavos, quizás algo más tímidos, pero imparables; los americanos, rápidos y eficientes, un poco “perdidos”, pero abiertos; y los británicos, fríos y quizás no del todo suficiente. Sean o no fieles a la realidad dichas afirmaciones sobre esas nacionalidades, el artículo ha sido compartido mediante sus enlaces más de 900 veces. En resumen, Internet alimenta el imaginario sexual y cultural con sus estereotipos etnosexuales – recíprocos – entre las distintas culturas, cobrando relevancia su papel en el turismo sexual (Lagunas, 2010).

4.6.El futuro del turismo sexual

Como se ha podido ver, el turismo sexual, entendido como algo más allá del intercambio de sexo por dinero fuera del lugar de residencia, comprende muchas actividades diversas. Es un tipo de turismo que se desarrolla e innova al igual que hacen los demás tipos de turismo. Con el avance de la tecnología y los cambios en la demanda, surgen nuevos productos y servicios. Algunos de estos podrían considerarse nichos de mercado, mientras que otros podrían ser más comerciales. Lo que nos deparará el futuro en términos de prácticas dentro del turismo sexual es algo que no podemos saber, aunque seguramente se reinventará e incorporará nuevas variables a la diversidad que ya presenta hoy. Desde hace un año se sabe que la NASA pretende abrir la Estación Espacial Internacional para visitas turísticas (Porrás, 2019). A este respecto, podríamos preguntarnos si habrá en el futuro vuelos espaciales con un componente sexual. El sexo en el espacio exterior es un tema sobre el que se ha especulado en diversas novelas y películas de ciencia ficción, y que en la actualidad despierta mucha curiosidad dado que ya se comienzan a planificar las futuras misiones a Marte (Beam, 2007; Joseph, 2010). Aunque todavía queda mucho para ver qué sucede en este ámbito, hay otras prácticas sobre las que podemos estar más seguros, como es el caso de los *sexbots*.

4.6.1. Nuevas tecnologías: *sexbots*

Tal y como se ha visto, se visitan *sex shops* conocidos ya sea por su tamaño o peculiaridad. Solo hace falta darse una vuelta por el famoso *Red Light District* de

Ámsterdam para darse cuenta de que son los turistas los que entran, curiosoan y compran. Los juguetes sexuales forman parte de la industria sexual y, según algunos autores como Yeoman y Mars (2012), los juguetes como los robots/muñecas sexuales (*sexbots*) serán una realidad dentro del turismo sexual en un futuro cercano. De hecho, en la actualidad ya hay burdeles de *sexbots* en España (Nieto, 2018). El avance tecnológico permite que estos robots cada vez tengan un *software* y *hardware* que los asemeje más a un humano, no contraen ETS, podrían acabar con la trata de blancas y pueden ser configuradas para satisfacer los deseos y necesidades de los usuarios (Yeoman & Mars, 2012). En 2010 se presentó la primera muñeca sexual en Las Vegas (Yeoman & Mars, 2012) y en 2017 ya había robots sexuales capacitados para realizar 50 posiciones sexuales (Marcos, 2017). Estos robots abren un mundo nuevo de posibilidades, incluso se ha acuñado el término *digisexual* en referencia a las personas cuya atracción sexual principal proviene del uso de la tecnología (McArthur & Twist, 2017). Podría darse en un futuro un turismo en el que las personas viajen y tengan relaciones sexuales con estos robots, ya sea como motivación principal o secundaria. En la actualidad se debate sobre la moralidad o si se debiese regular y criminalizar el uso de estos robots en fantasías que incluyen violaciones y pedofilia (Danaher, 2017). El uso de robots sexuales podría modificar los flujos de turismo sexual basados en la prostitución, ya que quizás no haría falta irse a otros países para encontrar un compañero sexual – en este caso un robot – que tuviera la personalidad y físico que nos gustase, sino que también podría satisfacer las fantasías sexuales que solo se pueden llevar a cabo en países cuyas legislaciones son más laxas, tal y como sucede por ejemplo con la pedofilia. Será interesante ver qué países se ponen a la cabeza en este tipo de turismo.

4.7. Resultados de la investigación: propuesta de clasificación de turismo sexual

Al proponer este trabajo, se establecieron 3 objetivos. El primero de estos objetivos iba encaminado a proponer crear una nueva clasificación del turismo sexual más allá del consumo de prostitución o de las relaciones asimétricas. Esta nueva clasificación incluye las nuevas prácticas y aquellas que no eran consideradas anteriormente por la literatura. Igualmente, se hace una segmentación y descripción de los distintos tipos de turistas, basada en tipologías propuestas por otros autores. Tras esta revisión de la literatura

disponible sobre el turismo sexual, las prácticas y los usuarios, se proponen como tipos de turismo sexual los siguientes:

- **Turismo de prostitución:** este tipo de turismo es en el que el turista, de forma consciente, va a cierto destino con la intención de mantener relaciones sexuales, ya sea pagando o aprovechándose de su situación de poder frente a la población local. Lagunas (2010) defiende que este tipo de turismo se basa en la explotación sexual y discriminación racial. Es importante darle una categoría distinta a este subtipo, ya que así se facilita la lucha contra las consecuencias negativas del mismo y se protege mejor a la población local. Dentro de esta tipología podríamos distinguir el **turismo femenino de prostitución** (practicado por las mujeres) y el **turismo masculino de prostitución** (practicado por los hombres). Es importante hacer una distinción de género en el turismo de prostitución, ya que se dan diferencias importantes en cuanto al “pago” o la perspectiva de poder dentro de la relación. Como se ha comentado en apartados anteriores, normalmente los hombres – ya sean heterosexuales u homosexuales – suelen pagar directamente los servicios con dinero (si bien hay casos en los que el pago se hace en especies), mientras que las mujeres van a destinos donde saben que tienen una posición de poder y “se dejan conquistar” por la población local. Igualmente, hay que mencionar que también se incluirían los viajes en los que no se lleven a cabo relaciones sexuales, pero en los que el turista aproveche su posición para buscar cierta afectividad (como aparece en el estudio de Oliver (2020) en el que muchos hombres rechazaban las relaciones sexuales porque buscaban afectividad).
- **Turismo sexual puro (o activo):** De nuevo, el sexo y su práctica son el corazón de este tipo de turismo. En este tipo de turismo entrarían las prácticas que conllevan la práctica de sexo (en todas sus variantes) como atractivo principal. Sin embargo, no se daría un consumo de prostitución o una relación basada en la dominación por parte del turista. De hecho, en este tipo de prácticas se incluirían las actividades en las que el sexo se da también con otros turistas. Se incluirían vacaciones del tipo *no holds barred* o de desfase, como

el caso de las *Spring Breaks* o los cruceros liberales. Prácticas *swingers* o prácticas como el *cruising* y el uso de *sexbots* en los nuevos burdeles aparecerían también en esta categoría. Se podrían sumar las fiestas y festivales en los que la práctica de sexo es un recurso protagonista y, aunque se adopte una postura *voyeur*, se atiende como participante y no como espectador.

- **Turismo erótico o eroturismo:** el erotismo y el sexo son elementos principales de las actividades y/o del destino, dándose también una posible erotización de la población local y/o de los otros turistas. Sin embargo, no se da una práctica del mismo por parte del turista – o al menos buscada/planeada. Desde viajes de despedida de soltero a celebraciones del Orgullo, pasando por la visita de barrios gay o rojos, por ejemplo. Una parte importante de este turismo es la intersección que se da con el turismo cultural: *tours*, visitas de tiendas, parques y museos eróticos, acudir a *shows*, eventos y ferias/festivales sexuales o eróticos como espectador o incluso como participante cuando éstos no involucren relaciones sexuales (como el *karaoke porno* o la competición de *air sex*). Debe aclararse que en este tipo de viajes pueden darse relaciones sexuales, solo que no son planeadas con anterioridad, ya que entonces hablaríamos del turismo sexual puro.
- **Turismo romántico (o sentimental/relacional):** el factor elemental de este tipo de turismo son las relaciones interpersonales. Ya sea una relación basada más en el amor, la amistad, o en la pasión y atracción física, el motivo principal del viaje es pasar tiempo con la otra persona, siendo la dimensión sexual secundaria, pero esencial. Incluiría destinos a los que los turistas viajan ya que piensan que la experiencia sexual podría ser distinta debido a las particularidades del lugar (Gravari-Barbas et al., 2017). Viajes para celebrar una boda, las lunas de miel, los viajes para encontrarse con alguien especial (ya sea o no pareja), o para conocer gente más allá de una amistad (haya o no relación sexual, y basándonos en que no se da una relación asimétrica de poder por nuestra posición de turistas de la que nos aprovechamos) entrarían en esta tipología.

No se puede olvidar que una misma práctica puede tener un grado de motivación diferente por parte del turista o puede ser percibida de distinta forma, por lo que una práctica específica podría ser incluida en un tipo u otro dependiendo de la persona. Por ejemplo, para una persona ir a una fiesta fetiche podría ser turismo sexual puro, mientras quizás para otro la motivación para atender esa fiesta sea más una inmersión en la cultura local. Como se ha explicado anteriormente, se da cierta dificultad a la hora de establecer tipologías turísticas dados los diversos enfoques y a que el turismo es una ciencia social.

Por último, es importante conocer a los tipos de usuarios que practican turismo sexual. Para ello, en vez de crear una nueva segmentación, se destacan dos clasificaciones de otros autores. En este caso, se van a utilizar las tipologías propuestas por Littlewood (2001) y Yun, et al. (2011).

Littlewood (2001) hace un repaso en su libro *Sultry climates: travel and sex since the Grand Tour* de la relación entre el sexo y los viajes desde lo que se considera el inicio del turismo (*Grand Tour*). Dadas ciertas circunstancias históricas y sociales, clasifica a los viajeros en 3 categorías: *connoisseur*, *pilgrim* y *rebel*. Los ***connoisseur*** (conocedor, experto) son los viajeros de los siglos XVII y XVIII del *Grand Tour*. La dimensión sexual de sus viajes formaba parte de su aprendizaje y de su inmersión cultural. Los ***pilgrims*** (peregrinos) serían los viajeros del S. XIX, para los que el viaje y el sexo eran en sí un viaje al autodescubrimiento y a la realización. Por último, los ***rebels*** (rebeldes) eran aquellos que viajaban en el S. XX como escape de las restricciones sociales – y sexuales – de su hogar. En la actualidad se podría aplicar esta clasificación, quizás actualizando los nombres. Los **conocedores** o **exploradores** serían aquellos para los que el sexo sea una parte más del viaje y una herramienta para conocer la cultura, o bien una dimensión más de ésta. Los **peregrinos** o **espirituales** serían aquellos para los que el sexo durante el viaje sea importante y representase un mayor autoconocimiento y crecimiento personal. Esto es importante para muchos individuos, ya que los viajes representan un escenario distinto al habitual donde poder explorar la sexualidad propia (como mostró el estudio de Berdychevsky et al. (2013) en el caso de las mujeres). Los **rebeldes** o **inconformistas** comprenderían a aquellos que viajasen para poder llevar a cabo prácticas que no podrían en su lugar de origen, ya sea porque son ilegales o porque la sociedad ejerce cierta presión que lleva al individuo a inhibirse.

La siguiente tipología fue propuesta en un estudio para la segmentación de los turistas gastronómicos (aparece con anterioridad en este trabajo) por Yun et al. (2011), pero se puede aplicar al turismo sexual. Esta segmentación está basada en el papel que las actividades (en nuestro caso, sexuales y/o eróticas) juegan en la motivación para realizar un viaje o no. Los primeros son los **deliberados**: aquellos turistas para los que las actividades de corte sexual o erótico son una motivación principal. Los **oportunistas** son los viajeros para los que el sexo no es la motivación principal, pero que, sin embargo, participan en actividades de este tipo con un alto grado de implicación (sea cual sea la actividad, desde relaciones sexuales hasta la simple visita a un barrio rojo). Por último, los **accidentales** son los turistas que, al igual que los oportunistas, no basan en el sexo la motivación por la que realizar el viaje, pero que, al contrario de estos, su nivel de implicación en actividades sexuales o eróticas es más bien bajo. Es decir, los turistas accidentales no buscan actividades de este tipo, sino que participan de las mismas de manera casualidad.

Estas segmentaciones de los usuarios que practican turismo sexual no son excluyentes, sino que se complementan. Una persona podría ser un turista sexual accidental y, a su vez, ser un turista de tipo peregrino o espiritual. A su vez, uno puede ser un tipo de turista en cuanto al turismo sexual puro y otro en cuanto al turismo erótico, por ejemplo. La segmentación de los turistas sexuales podría desarrollarse aún más, sin embargo, este trabajo tiene como propósito discernir la realidad que se da en el turismo sexual sin llegar a cuantificarla. Para poder hacer más tangible los tipos de turistas y sus características, habría que llevar a cabo un estudio mucho más complejo.

5. Conclusiones

Tal y como se ha expuesto en este estudio, el turismo sexual va más allá del consumo de la prostitución y de las relaciones asimétricas de poder entre turistas y población local. La definición que dan muchos autores se ha quedado obsoleta, tanto por la aparición de nuevas prácticas como por la influencia de las nuevas tecnologías en el turismo, por no hablar de la importancia del sexo como motivación y dimensión importante del viaje.

Con este trabajo se intenta analizar una realidad que no se puede ocultar, si bien es cierto que el hecho de haber definido hasta ahora el turismo sexual así ha llevado a restar

importancia a muchas de las prácticas. El concepto de turismo sexual tiene unas connotaciones negativas que llevan a los individuos a intentar desligarse de él, complicando así el estudio de muchas prácticas propias o afines a este ámbito. El haber explorado más allá de la prostitución, ha permitido conocer otros aspectos del turismo sexual que son igual de importantes.

Sin duda, se han cumplido los objetivos establecidos al principio del trabajo. Se ha propuesto una nueva clasificación, atendiendo a las motivaciones, las prácticas y las relaciones personales. Además, también se ha segmentado a los turistas según su motivación y su nivel de implicación. Se han analizado las tipologías relacionadas y su componente sexual, así como se ha reconocido y estudiado la importancia del sexo en la promoción de los destinos y/o productos, y en la elección por parte de los turistas.

Se trata de un estudio que no solo propone una reconceptualización del turismo sexual, sino que reúne prácticas ignoradas previamente y presenta una renovada tipología turística. Al crear una categoría específica para el turismo de prostitución, la define en mayor grado, facilitando así la lucha contra los impactos negativos del mismo. Aquello que no se define, no existe. Al crear las otras 3 tipologías específicas dentro del turismo sexual, se pueden separar de las connotaciones negativas del turismo sexual y abrir el camino a nuevas investigaciones. Este trabajo sirve como base para futuras investigaciones sobre prácticas turísticas en las que el sexo o la sexualidad son elementos esenciales. Presenta prácticas que pueden usarse como punto de partida, tanto para la academia como para los agentes turísticos encargados de la planificación y dirección (ya sean las instituciones públicas o las empresas). Si bien es cierto que estos últimos también pueden aprovechar la información sobre cómo el sexo interactúa con el individuo a la hora de elegir un destino.

En cuanto a limitaciones a la hora de desarrollar este trabajo, se han dado varias. Como se ha mencionado anteriormente, este estudio es de corte antropológico, por lo que, al tratarse de una ciencia social, es difícil de comprobar empíricamente, más si cabe en un tema como el del sexo. Además, en este tipo de trabajos puede darse una distorsión cognitiva y estar sesgados por los puntos de vista del autor. Si bien se ha tratado en todo momento de ser lo más objetivo posible, eso no es siempre factible.

Otra de las limitaciones tiene que ver con la experiencia de la autora, tanto en el campo de estudio como en la redacción. Se trata de mi primer trabajo escrito en castellano en el campo de la antropología/sociología/geografía del turismo, por lo que a veces ha sido difícil expresar ciertas ideas. Por otro lado, la finalidad de este estudio es descriptiva y exploratoria. En cuanto al turismo más relacionado con la prostitución había muchos estudios, sin embargo, a la hora de buscar prácticas y actividades que no se habían considerado previamente parte del turismo sexual, no se ha encontrada mucha información. Algunas de las prácticas mencionadas las he conocido de casualidad. Me explico: sabía que quería tratar este tema desde que cursé la asignatura de tipologías turísticas, por lo que desde entonces he estado muy pendiente de esta cuestión. Cada vez que leía un artículo o veía un documental, me lo guardaba. Cuando iba de viaje hacía *tours* especializados o bien preguntaba al guía, también hablaba con locales y otros turistas. Al vivir en Berlín, pude descubrir un mundo entero de prácticas que me eran desconocidas, ya que muchas no aparecen en Internet si no es que sabes algo de ellas previamente y sabes cómo buscarlas. Mucha información obtenida para la parte exploratoria – aparte del método “boca a boca” – se ha conseguido en Internet. Sin embargo, al ser un tema un tanto tabú y con tantas limitaciones a la hora de estudiar a los individuos, no se disponen de muchas investigaciones. Mucha gente de mi entorno sabía que estaba recopilando información, así que cuando encontraban algo, me lo enviaban. Es por ello que, la mayoría de “nuevas” prácticas, tienen que ver con Europa y Norteamérica. Fue fácil encontrar información sobre Asia, Latinoamérica y África en cuanto a turismo de prostitución, sin embargo, no lo fue tanto sobre las nuevas prácticas identificadas. Este estudio ha dejado de lado cuestiones como la atracción que ejercen las *geishas* en Japón o los restaurantes asiáticos donde se come encima del cuerpo desnudo de una mujer (práctica conocida como *nyotaimori*).

Por otro lado, el turismo se debe estudiar de forma transdisciplinar y tener en cuenta las distintas dimensiones de la identidad, como interactúan entre ellas y como interactúan con el “Otro”. El género, la clase, la nacionalidad, la etnicidad y la raza, entre muchas otras facetas del “Yo”, juegan un papel muy importante en cuanto al comportamiento del individuo. Aunque en la primera parte se han explicado su relación

con el turismo sexual más ortodoxo, en la parte exploratoria no se han tenido tanto en cuenta.

En relación con este Trabajo de Fin de Grado podrían desarrollarse distintos tipos de investigaciones. Como se ha mencionado anteriormente, podría servir como base para la Academia a la hora de desarrollar estudios de corte sociológico, psicológico (en relación a las motivaciones), etc. Sería importante llevar a cabo estudios en los que se propongan soluciones al turismo de prostitución, reduciendo así la trata y la explotación sexual, incluida la infantil. También podrían desarrollarse estudios más tangibles y de carácter económico, como por ejemplo diversos estudios de mercado. El flujo de turistas y de capital relacionados con este tipo de turismo es muy grande, por lo que hace falta desarrollar investigaciones más en profundidad. Sería interesante estudiar los impactos de este nuevo turismo sexual, tanto los económicos como los sociales, pasando por los medioambientales. Así como también estudios relativos al campo de la geografía, como la situación de ciertos destinos o el estudio de ciertas prácticas turísticas sexuales como dinamizadoras de un territorio.

Los objetivos establecidos al principio de este Trabajo de Fin de Grado se han cumplido. Espero que este estudio no solo sea de utilidad para la Academia o la gestión, sino que también resulte interesante y novedoso para el lector.

“I'm going to Greece for the sex. Sex for breakfast, sex
for dinner, sex for tea, and sex for supper”

Shirley Valentine (1986)
Willy Russell

6. Bibliografía

Agustín, L. M. (2005). La industria del sexo, los migrantes y la familia europea. *Cadernos Pagu*, (25), 107-128. Recuperado de: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644703>

Alcázar Campos, A. (2009). Turismo sexual, jineterismo, turismo de romance. Fronteras difusas en la interacción con el otro en Cuba. Recuperado de: <https://digibug.ugr.es/handle/10481/6856#?>

Babić, S. (2017, julio 29). Dalmatian “Galebovi”: What happened to famous Dalmatian Casanovas? *Total Croatia News*. Recuperado de: <https://www.total-croatia-news.com/lifestyle/20798-dalmatian-galebovi-what-happened-to-famous-dalmatian-casanovas>

Baldrich, P. (2019, septiembre 18). Renovación en el Salón Erótico: sin cámaras ni productoras de porno. *METROPOLI*. Recuperado de: https://www.metropoliabierta.com/vivir-en-barcelona/renovacion-salon-erotico-sin-camaras-ni-productoras-porno_19792_102.html

Bauer, I. L. (2014). Romance tourism or female sex tourism? *Travel Medicine and Infectious Disease*, 12(1), 20-28. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmaid.2013.09.003>

Bauer, T. G., Chon, K. S., & Mckercher, B. (2003). *Sex and tourism: journeys of romance, love, and lust*. Routledge. Recuperado de: academia.edu/14836528/Sex_and_tourism_journeys_of_romance_love_and_lust

Beam, C. (2007, febrero 7). Do Astronauts Have Sex? In Space, no one can hear you moan. *Slate*. Recuperado de: <https://slate.com/news-and-politics/2007/02/have-astronauts-ever-had-sex-in-space.html>

Beck, J., Collins, B., & Forno, S. (n.d.). How to pack for better (and safer) sex while traveling. *Packsmith by Tortuga*. Recuperado de: <https://blog.tortugabackpacks.com/travel-sex/>

Berdychevsky, L., Gibson, H., & Poria, Y. (2013). Women's sexual behavior in tourism: Loosening the bridle. *Annals of Tourism Research*, 42, 65-85. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.01.006>

Bethmann, C. (2013). "*Clean, Friendly, Profitable*"?: *Tourism and the Tourism industry in Varna, Bulgaria* (Vol. 28). LIT Verlag Münster.

Bhabha, H. (1996). The other question: Difference, discrimination, and the discourse of colonialism. *Black British cultural studies: A reader*, 87-106. Recuperado de: <https://www.taylorfrancis.com/books/e/9781315015927/chapters/10.4324/9781315015927-15>

Bhattacharya, R. (n.d.). 10 wild sex festivals around the world that celebrate the joy of 'doing it'. *Scoop Whoop*. Recuperado de: <https://www.scoopwhoop.com/sex-festivals-around-the-world/>

Bixby, S. (2014, noviembre 5). Meet the world's most intellectual porn star. *Mic*. Recuperado de: <https://www.mic.com/articles/103530/meet-the-world-s-most-intellectual-porn-star>

Brodesser-Akner, T. (2015, abril 23). I can feel it coming in the air tonight. Air sex: just like air guitar, but... well, you get the idea. *GQ*. Recuperado de: <https://www.gq.com/story/air-sex>

Buhalis, D. (2005). 4 The Tourism phenomenon. *Tourism in the Age of Globalisation*, 69. DOI: <https://doi.org/10.4324/9780203995853>

Cabezas, A. L. (2004). Between love and money: sex, tourism, and citizenship in Cuba and the Dominican Republic. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 29(24), 987-1015. Recuperado de: <http://people.duke.edu/~ldbaker/classes/backtoafrica/documents/cabezas1.pdf>

Cantet, L. (Director). (2005). *Vers le sud* [Film]

Chow-White, P. A. (2006). Race, gender and sex on the net: Semantic networks of selling and storytelling sex tourism. *Media, Culture & Society*, 28(6), 883-905. DOI: <https://doi.org/10.1177/0163443706068922>

Consalvo, D. (2016, agosto 1). *Senegal: el paraíso sexual de las abuelas europeas* [Video]. Sinfiltros. <https://www.sinfiltros.com/historias/senegal-paraíso-sexual-las-abuelas-europeas-20160801.html>

Cruisingmap (n.d.). *Cruisingmap – mapa con todos los lugares para practicar cruising*. Recuperado de: <https://cruisingmap.com/>

Danaher, J. (2017). Robotic rape and robotic child sexual abuse: should they be criminalized?. *Criminal law and philosophy*, 11(1), 71-95. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11572-014-9362-x>

Drillinger, M. (2018, mayo 23). The sexiest ocean cruises you'll actually want to go on. *Thrillist*. Recuperado de: <https://www.thrillist.com/travel/nation/best-sex-cruises-sex-party>

D. S. (2018, febrero 15). El 'boom' de las avionetas que te permiten tener sexo en el aire. *El mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/viajes/el-baul/2018/02/15/5a7c4e6c268e3e064c8b4674.html>

Dylewski, Ł., & Prokop, P. (2019). History of Prostitution. *Encyclopedia of Evolutionary Psychological Science*. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-319-16999-6_270-1

Elorrieta, G. (2020, agosto 6). Llegan los coñofres y tendrán su propio local en Chueca. *TimeOut*. Recuperado de: <https://www.timeout.es/madrid/es/noticias/llegan-los-conyofres-y-tendran-su-propio-local-en-chueca-080620>

End Child Prostitution, Child Pornography and Trafficking of Children for Sexual Purposes (ECPAT) (2020). *El Código de Conducta para la Protección de Niños, Niñas y Adolescentes en los Viajes y el Turismo*. Recuperado de: <https://ecpat-spain.org/code.asp?sec=1>

Europa Press (2010, agosto 13). Save the Children cifra en 40.000 los españoles que realizan anualmente turismo sexual pederasta. *Radio Televisión Española*. Recuperado de: <https://www.rtve.es/noticias/20100813/save-the-children-cifra-40000-espanoles-realizan-anualmente-turismo-sexual-pederasta/346254.shtml>

Evans, R.D., Forsyth, C. J., & Wooddell, G. (2000). Macro and micro views of erotic tourism. *Deviant behavior*, 21(6), 537-550. DOI: <https://doi.org/10.1080/01639620050184663>

Farías López, I. E. (2019, agosto 19). 9 posturas sexuales con nombres de países. *Mejor con salud*. Recuperado de: <https://mejorconsalud.com/9-posturas-sexuales-nombres-paises/>

Fickstutenmarkt (n.d.). *FickstutenMarkt – Horse Fair – Foire aux lopes – Mercado de yeguas*. Recuperado de: <http://www.fickstutenmarkt.com/index.php?s=index&l=es>

Forero Medina, N. C. (2015). Turismo sexual: síntoma de la mercantilización de la vida humana. *Cuadernos Inter. ca. mbio sobre Centroamérica y el Caribe*, 12(1), 73-95. Recuperado de: <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/intercambio/article/view/19296>

Galiano, J. M. (2005). *Holocausto sexual: un acercamiento al fenómeno del turismo sexual desde la filosofía*. Minor Network. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=258844>

Gil, S. (2014, agosto 04). Los mejores destinos sexuales para pillar cacho (de forma legal). *20 minutos*. Recuperado de: <https://www.20minutos.es/gonzoo/noticia/mejores-destinos-sexuales-para-pillar-cacho-forma-legal-3265662/0/?autoref=true>

Goeldner, C. R. & Ritchie, J. B. (2009a). Hospitality and Related Services. *Tourism: principles, practices, philosophies* (11th ed., pp. 153-180). John Wiley and Sons.

Goeldner, C. R. & Ritchie, J. B. (2009b). Motivation for Pleasure Travel. *Tourism: principles, practices, philosophies* (11th ed., pp. 247-266). John Wiley and Sons.

Goeldner, C. R. & Ritchie, J. B. (2009c). Cultural and International Tourism for Life's Enrichment. *Tourism: principles, practices, philosophies* (11th ed., pp. 267-302). John Wiley and Sons.

Gravari-Barbas, M., Staszak, J.F., & Graburn, N. (2017). La erotización de los lugares turísticos. Espacios, actores e imaginarios. *Tourism Review*, (11-12). DOI: <https://doi.org/10.4000/viatourism.1861>

Herold, E., Garcia, R., & DeMoya, T. (2001). Female tourists and beach boys: romance or sex tourism? *Annals of Tourism Research*, 28(4), 978-997. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00003-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00003-2)

Hope, K. R. (2013). Turismo sexual en Kenia: un estudio analítico. *Tourism análisis*, 18(5), 533-542. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4478112>

Hosie, R. (2018, febrero 2). Meet the man who “tindersurfed” his way around Europe for two months. *The Independent*. Recuperado de: <https://www.independent.co.uk/life-style/love-sex/tindersurfing-dating-app-couchsurfing-tinder-travel-europe-sleep-man-women-anthony-botta-belgium-brussels-a8191026.html>

Hughes, H. (2006). *Pink tourism: Holidays of gay men and lesbians*. CABI. ISBN 10: 1845930762

Janney, M. (2017, junio 16). Sex on trains: the new way to travel in Ukraine. *The Calvert Journal*. Recuperado de: <https://www.calvertjournal.com/articles/show/8451/sex-on-trains-the-new-way-to-travel-in-ukraine>

Jayne, M., Gibson, C., Waite, G., & Valentine, G. (2012). Drunken mobilities: backpackers, alcohol, ‘doing place’. *Tourist Studies*, 12(3), 211-231. DOI: <https://doi.org/10.1177/1468797612461082>

Jeffreys, S. (1999). Globalizing sexual exploitation: Sex tourism and the traffic in women. *Leisure Studies*, 18(3), 179-196. DOI: <https://doi.org/10.1080/026143699374916>

Johansson, P. (1999). Consuming the other: the fetish of the western woman in Chinese advertising and popular culture. *Postcolonial Studies: Culture, Politics, Economy*, 2(3), 377-388. DOI: <https://doi.org/10.1080/13688799989661>

Joseph, R. (2010). Sex on Mars: Pregnancy, Fetal Development, and Sex in Outer Space. *Journal of Cosmology*, 12, 4034-4050. Recuperado de: <http://journalofcosmology.com/Mars144.html>

Josiam, B. M., Hobson, J. P., Dietrich, U. C., & Smeaton, G. (1998). An analysis of the sexual, alcohol and drug related behavioural patterns of students on spring break. *Tourism management*, 19(6), 501-513. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00052-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00052-1)

Kauhanen, S. (2015). *Think Pink in Tourism – A study of LGBT+ Tourism*. (Tesis de grado). Laurea University of Applied Sciences, Vantaa, Finlandia. Recuperado de: <https://www.theseus.fi/handle/10024/98158>

Kempadoo, K. (1999). *Sun, sex, and gold: Tourism and sex work in the Caribbean* (p.26). Lanham, MD: Rowman & Littlefield. Recuperado de: <https://www.semanticscholar.org/paper/Sun%2C-sex-and-gold%3A-tourism-and-sex-work-in-the-Kempadoo/b009479bb7d82fee98529dd87db23be1f450c4d5?p2df>

Kempadoo, K. (2008). Caribbean Sexuality – Mapping the Field. *Caribbean review of gender studies*, (3). Recuperado de: <https://uwispace.sta.uwi.edu/dspace/handle/2139/15991>

Lagunas, D. (2010). El poder del dinero y el poder del sexo: antropología del turismo sexual. *Perfiles latinoamericanos*, 18(36), 71-98. Recuperado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S0188-76532010000200003&script=sci_arttext

Lin, A. (2015, octubre 20). Cross-cultural dating: Why are some people only attracted to one ethnicity? *SBSNews*. Recuperado de: <https://www.sbs.com.au/news/cross-cultural-dating-why-are-some-people-only-attracted-to-one-ethnicity>

Littlewood, I. (2001) *Sultry Climates: Travel and Sex since the Grand Tour*, Londres, Ed: John Murray. ISBN 10: 0719562074

López Frías, D. (2017, julio 23). La capital mundial del sexo en público está a 3 horas de Barcelona: así lo viven. *El Español*. Recuperado de: https://www.elespanol.com/reportajes/grandes-historias/20170722/233227024_0.amp.html

López Frías, D. (2018, julio 29). Vacaciones sexuales a la medida: guía para no equivocarse y elegir bien. *El Español*. Recuperado de: https://www.elespanol.com/reportajes/20180729/dime-sexo-gusta-dire-vacaciones-necesitas/325967494_0.amp.html

López López, Á., & Carmona Mares, R. (2008). Turismo sexual masculino-masculino en la ciudad de México. *Teoría y praxis*, (5), 99-112. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2929488>

Lowry, L. (1993). Sun, sand, sea & sex: a look at tourism advertising through the decoding and interpretation of four typical tourism advertisements. *Society of Travel and Tourism Educators Annual Conference, Miami, Proceedings of Research and Academic Papers* (Vol. 5, pp. 183-204).

Lucas, J. (2015, septiembre 3). Una noche en Kit Kat, el club de techno berlinés más sexual. *VICE*. Recuperado de: <https://www.vice.com/es/article/pg8b57/una-noche-en-kit-kat-el-club-de-techno-berlines-mas-sexual>

Lucas, J. (2016, mayo 10). Celebrando 25 años de placer y PVC en el mejor club fetiche de Londres. *VICE*. Recuperado de: <https://www.vice.com/es/article/qkajaw/celebrando-25-anos-de-placer-y-pvc-en-el-mejor-club-fetiche-de-londres>

Marcos, L (2017). Los robots sexuales, la nueva era de las relaciones, *Muy interesante*. Recuperado de:

<https://www.muyinteresante.es/salud/sexualidad/articulo/los-robots-sexuales-la-nueva-era-de-las-relaciones-671511787536>

Marriott, D. (2010). On Racial Fetishism. *Qui Parle: Critical Humanities and Social Sciences*, 18(2), 215-248. DOI: <https://doi.org/10.5250/quiparle.18.2.215>

Martín, L. (2018, febrero 14). El Mercado de las Yeguas, la fiesta sexual más salvaje de Berlín. *El País Semanal*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2018/02/08/eps/1518100938_079944.html

Más Ruíz, F. J. (2010). *Temas de investigación comercial*. España: ECU.

Mason, G., & Lo, G. (2009). Sexual tourism and the excitement of the strange: heterosexuality and the Sydney Mardi Gras Parade. *Sexualities*, 12(1), 97-121. DOI: <https://doi.org/10.1177/1363460708099115>

McArthur, N., & Twist, M. L. (2017). The rise of digisexuality: Therapeutic challenges and possibilities. *Sexual and Relationship Therapy*, 32(3-4), 334-344. DOI: <https://doi.org/10.1080/14681994.2017.1397950>

McClintock, A. (2013). *Imperial leather: race, gender, and sexuality in the colonial contest*. Routledge. ISBN: 9780415908900

Mekinc, J., & Music, K. (2015). Sexual exploitation of children in the tourism – the dark side of tourism. *Peer-reviewed academic journal Innovative Issues and Approaches in Social Sciences* 8(2), 64-85. DOI: <http://dx.doi.org/10.12959/issn.1855-0541.IIASS-2015-no2-art04>

Memelsdorff, F. (1998). Marketing estratégico en turismo: branding, identidad y cultura corporativa. *Revista valenciana d'estudis autonòmics*, (25), 73-82.

Menzel, K. (2016, julio 2). The Evolution of Greek Lover: From the Kamaki to Mr. Trendy. *Greek Reporter*. Recuperado de: <https://greece.greekreporter.com/2016/07/02/the-evolution-of-greek-lover-from-the-kamaki-to-mr-trendy/>

Millares, M. J. (2017, mayo 23). Sun, sea, sand & sex: la fórmula de éxito del turismo de masas. *La Provincia, Diario de Las Palmas*. Recuperado de: <https://www.laprovincia.es/opinion/2017/05/23/sun-sea-sand-sex-formula-9703339.html>

Miller, J. (2011). Beach boys or sexually exploited children? Competing narratives of sex tourism and their impact on young men in Sri Lanka's informal tourist economy. *Crime, law and social change*, 56(5), 485-508. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10611-011-9330-5>

Miller-Young, M. (2014). *A taste for brown sugar: Black women in pornography*. Duke University Press. Recuperado de: <https://www.dukeupress.edu/A-Taste-for-Brown-Sugar>

Mis picaderos (n.d.). *Mispicaderos – Miles de picaderos y lugares íntimos donde hacer el amor*. Recuperado de: <https://mispicaderos.com/>

Missteart, R. (2015, agosto 22). So, what really went on at the kinky sex festival in a small west Wales village? Organiser reveals all. *Wales Online*. Recuperado de: <https://www.walesonline.co.uk/news/wales-news/so-what-really-went-kinky-9909409>

Mitchell, G. (2010). Fare tales and fairy tales: how gay sex tourism is shaping the Brazilian dream. *Wagadu: A Journal of Transnational Women's & Gender Studies*, 8. Recuperado de: <http://sites.cortland.edu/wagadu/wp-content/uploads/sites/3/2014/02/gaySexTourism.pdf>

Monni, P. (2001). *L'arcipelago della vergogna: turismo sessuale e pedofilia*. EUR. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=315051>

Monsters Ronsons Ichiban Karaoke (n.d.). *Monsters Ronsons Ichiban Karaoke Events* <http://www.karaokemonster.de/p/termine.html>

Mueller, P. (2018, diciembre 11). Crónicas maricas #7: el Kit Kat. *Berlin Amateurs*. Recuperado de: <http://www.berlinamateurs.com/cronicas-maricas-7-el-kit-kat/>

Nieto, A. (2018, noviembre 14). Dentro de un 'burdel' de muñecas sexuales: ¿pornografía o terapia? *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/sociedad/2018/11/14/actualidad/1542187594_062786.html?fbclid=IwAR2238idMfj7U4Uag7CSl0Rft41wdM0VdHwpKQ74G7l49CVgHfJmBTpXgNY

Nyanzi, S., Rosenberg-Jallow, O., Bah, O., & Nyanzi, S. (2005) Bumsters, big black organs and old white gold: Embodied racial myths in sexual relationships of Gambian beach boys. *Culture, Health & Sexuality*, 7(6), 557-569. DOI: <https://doi.org/10.1080/13691050500245687>

Ochoa, X., & Cordero, S. (2002). Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Recuperado de: <http://www.ruv.itesm.mx/especiales/citela/documentos/material/módulos/módulos2/contenidoii.html>

O'Connell Davidson, J. (1996). Sex tourism in Cuba. *Race & class*, 38(1), 39-48. DOI: <https://doi.org/10.1177/030639689603800103>

Oliver, P. (2020, octubre 06). *Sexoturismo: el capitalismo al servicio de la prostitución*. XXV Encuentro alumnado sexpol (ZOOM)

Oppermann, M. (1999). Sex tourism. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 251-266. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00081-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00081-4)

Organización Internacional del Trabajo (2012). *Combatir el trabajo infantil: del compromiso a la acción* [Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC)]. ISBN: 978-92-2-326375-1 (Web PDF)

Organización Mundial del Turismo (2008). *Recomendaciones internacionales para estadísticas de turismo 2008*. Publicación de las Naciones Unidas. Recuperado de: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1s.pdf

Pato, I. (2015, agosto 27) Descubre al pornstar comunista que se está tirando a toda América. *Playground*. Recuperado de: <https://www.playground.media/news/descubre-al-pornstar-comunista-que-se-esta-tirando-a-toda-america-39704>

Peter, T. A. (2010, abril 29). The Jordanian desert's other delight: sex tourism. *Global Post*. Recuperado de: <https://www.pri.org/stories/2010-04-29/jordanian-deserts-other-delight-sex-tourism>

Pfeuffer, C. (2019, octubre 10). Sex and Swingers Cruises: what you need to know. *CruiseCritic*. Recuperado de: <https://www.cruisecritic.com/articles.cfm?ID=4040>

Piscitelli, A. (2008). Industria del sexo y mercado matrimonial: la migración brasileña hacia Italia en el marco del turismo sexual internacional. *América Latina migrante: Estado, familias, identidades*, 179-199. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5332085>

Piscitelli, A. (2016). Viagens e sexo on-line: a Internet na Geografia do turismo sexual. *Cadernos Pagu*, (25), 281-326. Recuperado de: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644710>

Pita, G. E. C. (2018). Las TICs en las empresas: evolución de la tecnología y cambio estructural en las organizaciones. *Dominio de las Ciencias*, 4(1), 499-510.

Pornceptual (n.d.). *Party Archives*. Recuperado de: <http://pornceptual.com/category/party/>

Pornceptual (n.d.). *PORN Forest by Pornceptual*. Recuperado de: <http://pornceptual.com/porn-forest-berlin/>

Porras, C. (2019, junio 11). Viajes al espacio: la NASA abrirá la Estación Internacional a los turistas. *Hosteltur*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/129279_viajes-al-espacio-la-nasa-abrira-la-estacion-espacial-a-los-turistas.html

Prat Forga, J. M. (2010). Turismo naturista: una apuesta por el turismo marginal. El caso del barrio naturista de Cap D'Adge en Francia. *Cuadernos de Turismo*, (26), 201-216. Recuperado de: <https://revistas.um.es/turismo/article/view/116341>

Pritchard, A., & Morgan, N. J. (1996). Sex still sells to generation X: Promotional practice and the youth package holiday market. *Journal of Vacation Marketing*, 3(1), 68-80. DOI: <https://doi.org/10.1177/135676679600300106>

Rodríguez García, D. (2003). Endogamia, exogamia y relaciones interétnicas: un estudio sobre la formación y dinámica de la pareja y la familia centrado en inmigrantes de Senegal y Gambia entre Cataluña y África: tesis de Doctorado.

Rojek, C., & Urry, J. (Eds.). (1997). *Touring cultures: Transformations of travel and theory*. Psychology Press.

Rojek, C. (2010). *The labour of leisure: The culture of free time*. SAGE publications.

Sandemans New Europe (n.d.). Pioneros del FREE Tour. Recuperado de: <https://www.neweuropetours.eu/es>

Sanders-McDonagh, E. (2015). Porn by any other name: Women's consumption of public sex performances in Amsterdam. *Porn Studies*, 2(4), 329-341. DOI: <https://doi.org/10.1080/23268743.2015.1100092>

Sanger, W. W. (2015). The history of Prostitution. Dead Dodo History via PublishDrive.

Sanz, J. (2011, junio 14). Clases de putas en la Antigua Roma. *Historias de la Historia*. Recuperado de: <https://historiasdelahistoria.com/2011/06/14/clases-de-putas-en-la-antigua-roma>

Savigliano, M. E. (2005). Destino Buenos Aires: tango-turismo sexual cinematográfico. *Cadernos Pagu*, (25), 327-356. Recuperado de <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/cadpagu/article/view/8644712>

Schlagernacktparty (n.d.). *Schlagernacktparty – About*. Recuperado de: <https://www.schlagernacktparty.de/english/index.htm>

Secret City Travel (2014, octubre). *Unusual sights in Berlin: table telephones and a 'Cabaret' moment in a vintage Berlin Ballroom*. Recuperado de: <http://www.secretcitytravel.com/berlin-october-2014/unusual-berlin-hidden-sights-retro-table-telephones-ballroom.shtml>

Secret City Travel (2015, julio). *Pop along to Berlin's naked dance party*. Recuperado de: <http://www.secretcitytravel.com/berlin-july-2015/berlin-naked-party-schlager.shtml>

Secret City Travel (2016). *Berlin's alternative sights and activities: sexy fun at the Porno Karaooooooke*. Recuperado de: <http://www.secretcitytravel.com/2016/porno-karaoke-bar-zum-starken-august-berlin.shtml>

Secret City Travel (2019). *Pornceptual: Berlin's sexiest party*. Recuperado de: <http://www.secretcitytravel.com/berlin-2019/berlin-pornceptual-sexy-party.shtml>

Seidl, U. (Directo). (2013). *Paradies: Liebe* [Film]. Société Parisienne de Production& Tatfilm.

Shepherd, R. (2019, julio 8). Woman suffers heart attack at 'Europe's biggest sex festival'. *Lad Bible*. Recuperado de: https://www.ladbible.com/news/uk-woman-suffers-heart-attack-at-europes-biggest-sex-festival-20190708?fbclid=IwAR2rCtU2nYoqA2duQp_0CqCSnG91Nc-XROQtyzPJXstyflw-47eJ9nuTIDs

Sierra, A. (2017, enero 27). Los lugares más insospechados para tener sexo. *El Mundo*. Recuperado de: <https://www.elmundo.es/vida-sana/sexo/2017/01/27/588a25b9e5fdea547c8b457e.html>

SIXXPAXX (n.d.). *Sixx paxx theater & ladies club – Hotels & co*. Recuperado de: <https://sixxpaxx.com/hotels/>

Smith, E. W. (2019, julio 9). Looking for a vacation romance? Try these dating apps. *Refinery29*. Recuperado de: <https://www.refinery29.com/en-us/best-travel-dating-app>

Smith, J. S. (2010). Just how naughty was Berlin? The geography of prostitution and female sexuality in Curt Moreck's erotic travel guide. *Spatial turns* (pp. 53-77). Brill Rodopi. DOI: https://doi.org/10.1163/9789042030022_005

Spies Rejser (2014). *Do it for Denmark!* [Video] Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=vrO3TfJc9Qw>

Spies Rejser (2015). *Do it for mom!* [Video] Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=B00grl3K01g>

Spies Rejser (2016). *Do it forever!* [Video] Youtube <https://www.youtube.com/watch?v=ZHNbVzYk5gA>

Story Party (n.d.). *Story Party Tour – True Dating Stories*. Recuperado de: <http://storyparty.co/>

Tewksbury, R. (1996). Cruising for sex in public places: The structure and language of men's hidden, erotic worlds. *Deviant Behavior*, 17(1), 1-19. DOI: <https://doi.org/10.1080/01639625.1996.9968012>

The Economist (2020, enero 23). Europe has Good and bad reasons for wanting more babies. *The Economist*. Recuperado de: <https://www.economist.com/europe/2020/01/23/europe-has-good-and-bad-reasons-for-wanting-more-babies>

Thomas, M. (2005). "What happens in Tenerife stays in Tenerife": Understanding women's sexual behaviour on holiday. *Culture, health & sexuality*, 7(6), 571-584. Recuperado de: <https://doi.org/10.1080/13691050500256807>

Thomson Reuters Foundation (2018, junio 7). El turismo sexual cambia de perfil: la tecnología y los viajes baratos facilitan los abusos. *Actualidad Humanitaria – Periódico Digital*. Recuperado de: <https://actualidadhumanitaria.com/el-turismo-sexual-cambia-de-perfil-la-tecnologia-y-los-viajes-baratos-facilitan-los-abusos/>

Toast Hawaii (n.d.). *Toast Hawaii – Bar, Club & eventlocation*.
<https://toasthawaiiibar.de/>

Turen, R. (2015, mayo 12). Shopping, cruising, debauchery and making babies. *Travel Weekly*. Recuperado de: <https://www.travelweekly.com/Richard-Turen/Shopping-cruising-debauchery-and-making-babies>

United Nations Children’s Fund (UNICEF) (2016). *Government, civil society and private sector responses to the prevention of sexual exploitation of children in travel and tourism. A technical background document to the global study on sexual exploitation of children in Travel and Tourism*. Recuperado de: <https://www.unicef.org/media/66766/file/Prevention-of-SEC-in-travel-and-tourism.pdf>

Urban Dictionary (2016). *The Flag Game*. Recuperado de: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=the%20flag%20game>

Wickens, E. (1994) .Consumption of the authentic: the hedonistic tourist in Greece. *A. Seaton et al*, 819-25

Williams, C. N. (1994). The bachelor’s transgression: Identity and difference in the bachelor party. *Journal of American folklore*, 106-120. DOI: 10.2307/541075
Recuperado de: <https://www.jstor.org/stable/541075>

Wonders, N. A., & Michalowski, R. (2001). Bodies, borders, and sex tourism in a globalized world: A tale of two cities – Amsterdam and Havana. *Social problems*, 48(4), 545-571. DOI: <https://doi.org/10.1525/sp.2001.48.4.545>

Yeoman, I., & Mars, M. (2012). Robots, men and sex tourism. *Futures*, 44(4), 365-371. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.futures.2011.11.004>

Yun, D., Hennessey, S. M., & MacDonald, R. (2011). Understanding culinary tourists: segmentations based on past culinary experiences and attitudes toward food-related behaviour. DOI: 10.13140/2.1.4199.7449