



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA

UNIDAD XOCHIMILCO

DIVISIÓN DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA

MODULO XII “SOCIOLOGIA Y SOCIEDAD”

ASESOR: BRUNO LUTZ

TRABAJO FINAL:

**“LA MERCANTILIZACIÓN DE LA MARCHA DEL ORGULLO
LGBTTTIQ+ EN LA CIUDAD DE MÉXICO”**

EQUIPO:

LÓPEZ CRUZ ABIGAIL 2182021247

RAMOS PEÑA JAVIER GILBERTO 2173025120

22 de septiembre de 2022

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1. Justificación	2
1.2. Objetivo general	3
1.2.1. Objetivos Particulares	3
1.3. Pregunta Principal	3
1.3.1 Preguntas Secundarias	3
1.4. Hipótesis de la investigación	3
2. MARCO METODOLÓGICO	4
3. MARCO TEORICO	4
3.1. Protesta Social	4
3.2. Tácticas de la protesta social	5
3.3. Movimiento social	6
3.4. Carnaval	8
3.5. Mercantilización	8
3.5.1 La Seducción Mercantil	10
4.0. MARCO HISTORICO	11
4.1. Origen de la Marcha LGBTTTIQ+	11
4.2. Antecedentes de la Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ en la Ciudad México	12
5.0 La economía rosa, capacidad adquisitiva de la comunidad LGBTTTIQ+ en México	25
6.0 Los números de la comunidad LGBTTTIQ+ en México	27
6.1. Orientación Sexual e identidad de género	29
6.2. Orientación sexual según su identidad de género	30
6.2.1 Población LGBTI+ por entidad federativa	31

6.2.2. Edad	32
6.3. Servicios de salud	32
6.4 Actividad económica	33
6.4.1 Edad de identificación de OS en IG LGBTI+	36
6.4.2 Rechazo social en el trabajo	36
6.4.3 Experiencias de discriminación	37
6.4.4 Respeto a los derechos de las personas LGBTI+	38
7.0 Crónica de la Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ en la Ciudad México en su edición número XLIV	39
7.1 Aspectos Políticos	39
7.2 Posible conflicto de intereses entre la jefatura de gobierno y el comité IncluyeT	40
8.0 El carnaval de las Marcas en la Marcha XLIV del Orgullo LGBTTTIQ+	43
9.0 Conclusiones	52
10.0 Glosario	55
11.0 Anexos	59
12.0 Referencias	69

INTRODUCCIÓN

El último sábado del mes de junio en la Ciudad de México acontece la Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ (Lesbianas, Gays, Bisexuales, Transexuales, Transgénero, Travestis, Intersexuales y Queer) con la participación de diferentes actores, sociedad civil, activistas, políticos, organizaciones no gubernamentales (ONG) y en años recientes la inserción e incremento de grupos de empresas que con sus empleados marchan en la manifestación social, ya sea a pie o en los característicos automotores que avanzan sobre Paseo de la Reforma hasta llegar al magno evento en el Zócalo capitalino.

En este proyecto de investigación realizamos una revisión histórica con respecto a los antecedentes y las primeras manifestaciones sociales de la comunidad homosexual en la Ciudad de México, las diferentes etapas por las que ha transitado el movimiento de la diversidad sexual, hasta llegar a la actualidad donde diversos factores han modificado la marcha. Debido a que se utilizó la observación participante logramos comprender y analizar distintos aspectos que se dieron en el marco de la XLIV Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ de la Ciudad de México. Nuestra propuesta abarca en el marco teórico los diferentes tipos de Protesta Social y cómo la Marcha trascendió y se ha convertido en una festividad. Analizamos las relaciones entre el gobierno capitalino, el comité organizador y las empresas están repletas de vacíos y situaciones que no quedan del todo claras. La discusión sobre la mercantilización de la Marcha se torna polémica aunque planteamos que no debería de ser criminalizada ya que este hecho abona a que se continúe visibilizando el movimiento social en beneficio de la comunidad LGBTTTIQ+ de la Ciudad de México.

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A lo largo de la historia, las diferentes formas de expresar la diversidad sexual han sido disímiles, la mayoría de las veces de manera oculta, sesgada, reprimida, etc. Por lo que las personas tenían que ocultar su verdadera identidad sexual, debido a las agresiones por parte de la sociedad y el Estado. En México la lucha por la visibilidad y el reconocimiento de la comunidad LGBTTTIQ+ ha pasado por un camino muy largo para el reconocimiento de sus derechos como ciudadanos, a partir de los años setentas lesbianas y homosexuales comienzan a unirse colectivamente y a marchar por las principales avenidas de la Ciudad de México exigiendo libertad sexual y también libertad política ya que sin estas dos no habría liberación social. (Gobierno de México, 2019)¹ Al pasar los años, en la actualidad las marchas del *orgullo* han sufrido diversos cambios hasta llegar a la mercantilización de la misma, observando así como las empresas comienzan a capitalizar sus productos y servicios en el mercado gay, desde el inicio del mes de junio (mes del orgullo gay) culminando así, en el 28 de junio y haciéndose presentes en la marcha del orgullo gay en la Ciudad de México.

1.1 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación surge tras observar como las grandes empresas intentan capitalizar el movimiento social LGBTTTIQ+ como una estrategia de mercado, tras hacerse notar de manera significativa en la marcha *gay* que se realiza cada año partiendo del ángel de la independencia de la ciudad de México. Otro de los aspectos que ha sido relevante en la investigación es el comercio informal que se da en dicha manifestación social y que también se hace presente. Por ello asumimos que esta investigación es importante para visibilizar el comportamiento del mercado en una manifestación social.

¹ Gobierno de México. (2019). Breve historia de la primera marcha LGBT+ de México. abril 19, 2022, de Gobierno de México Sitio web: <https://www.gob.mx/cultura/articulos/breve-historia-de-la-primera-marcha-lgbtqi-de-mexico>

1.2 OBJETIVO GENERAL

Analizar cómo se mercantiliza la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ en la Ciudad de México.

1.2.1. OBJETIVOS PARTICULARES

1. Investigar y recopilar información sobre los movimientos sociales (marchas) y el concepto de mercantilización.
2. Revisar que autores retoman los movimientos sociales y su mercantilización
3. Recopilar las distintas marcas que se visibilizaron en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ de la Ciudad de México.
4. Estudiar a las imágenes tomadas en la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ en su edición 2022 en la Ciudad de México.

1.3 PREGUNTA PRINCIPAL

¿Cuál es el objetivo de las marcas al manifestarse en la marcha LGBTTTIQ+?

1.3.1 PREGUNTAS SECUNDARIAS

- ¿Qué efecto produce la mercantilización de la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ en la Ciudad de México?
- ¿Cómo influye el comité organizador en la marcha del orgullo LGBTTTIQ+?
- ¿Cómo se visibilizan las marcas en la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ en la Ciudad de México?

1.4 HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

La visibilización de las marcas en la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ ha sido un agente preponderante para que un movimiento social se convierta en un carnaval.

2. MARCO METODOLÓGICO

El diseño metodológico de esta investigación es de corte cualitativo, se realizó mediante procedimientos visuales (fotografías) y observación participante que elaboramos el día 25 de junio del 2022 en el marco de la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ en la Ciudad de México. Desde nuestra perspectiva, observando a las marcas que se presentaron durante su desarrollo. Realizaremos una revisión histórica y teórica de los movimientos sociales y cuál ha sido el proceso para llegar a la mercantilización de la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ de la Ciudad de México.

3. MARCO TEORICO

La realización de esta investigación se basa en analizar los movimientos sociales y como se mercantilizan, tomando en cuenta la manifestación que se realizó en la Ciudad de México el 25 de junio del 2022 para conmemorar la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ y analizar las marcas que colaboraron en ella, es por ello que es necesario definir algunos conceptos que servirán como orientación para la comprensión de la investigación.

3.1 Protesta social

El buscar igualdad en la colectividad, con una orientación sexual diversa, transforma la visión de la sociedad más conservadora y rompe con los estereotipos y las formas arcaicas de concebir las relaciones afectivas entre personas del mismo sexo, por lo que a los integrantes de esta comunidad se les excluye, se les limita con respecto a sus derechos como ciudadanos por parte del estado y algunos grupos de la sociedad civil es por esto que surge la protesta social, esta es un derecho legítimo que tienen los ciudadanos de cualquier latitud², como lo menciona Miguel Moguel (2013) integrante del *Centro de Análisis e Investigación Fundar* “La protesta social

² En la Constitución política de la Ciudad de México en el artículo 7 “Ciudad democrática” en el apartado C “Libertad de expresión” numeral 4 se señala que: “La protesta social es un derecho individual y colectivo, que se ejercerá de manera pacífica sin afectar derechos de terceros. Las autoridades adoptarán protocolos de actuación en manifestaciones conforme a parámetros internacionales dirigidos a la protección de las personas en el ejercicio de este derecho, sin vulnerar otros derechos. Queda prohibida la criminalización de la protesta social y la manifestación pública.” (Constitución Política de la Ciudad de México, 2017)

es un medio para manifestar y expresar opiniones e ideas, pero también para evidenciar públicamente las problemáticas que afectan distintos ámbitos tanto de manera individual como colectiva para el ejercicio pleno de derechos.” (Moguel, 2013). Llevando así a la defensa de los derechos del sujeto, su libertad y su igualdad dentro y fuera de la sociedad.

Para López *et al.* (2010) la protesta social se entiende como:

Una forma política que expresa descontento o desaprobación de un grupo de la sociedad civil con respecto al Estado o las instituciones, que puede ser espontánea o no; representa un punto de ruptura, de transgresión, de posibilidad de cambio. Refleja, de alguna manera formas de cultura política desde abajo. La protesta se recrea por medio de la manifestación pública, y la manifestación pública es el momento pleno manifestante [...] de un movimiento social. (López *et al.*, 2010 pp.7-8)

Entonces se entiende la protesta social como un medio legítimo para exigir derechos, estando esta resguardada a nivel constitucional.

3.2 Tácticas de la protesta social

Según Medel y Somma (2016) a partir de 1970 surgen dos corrientes teóricas para el estudio de las tácticas de la protesta social, la teoría del proceso político (Tilly, McAdam y Tarrow) y la teoría de la movilización de recursos. (McCarthy, Zald, Morris)

“Los primeros pusieron el énfasis principalmente en los factores externos del cambio social y el tránsito de los repertorios tradicionales de protesta a repertorios modernos [...] Los segundos incorporaron el interés por las condicionantes internas de los propios movimientos y su influencia en el despliegue táctico”. (Medel & Somma, 2016, p. 116).

Estas dos ramas de estudio confluyen en cuanto a que comprenden los movimientos sociales en su forma, tácticas de operación y organización. Para Medel y Somma ya en la década de 1980 surgieron nuevos tipos de movimientos sociales debido al surgimiento de la sociedad postindustrial, autores como Touraine, Cohen y Offe “consideraban acotado el concepto de “repertorios de contención” acuñado por la teoría de oportunidades políticas. Al referirse a movimientos estratégicamente orientados, este concepto dejaba poco espacio para considerar los “nuevos

movimientos”, más movilizados por la construcción identitaria y el desafío a marcos culturales” (Cohen 1985, Touraine, 1981 citados por Medel y Somma, 2016, p 166).

Para Medel Y Somma las tácticas de protesta se dividen en dos grandes grupos: Las tácticas contenidas o no confrontacionales que son relativamente tranquilas, reglamentadas y sistemáticas, y las tácticas transgresivas o confrontacionales que son desordenadas, invasivas, ilegales o semilegales y pueden llegar a ser violentas y peligrosas para los manifestantes y las personas que coinciden con la manifestación. En el contexto de la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ de la Ciudad de México en su reciente edición observamos que esta fue no confrontacional, aunque también advertimos prácticas ilegales llegando a ser amenazantes para los participantes (venta de estupefacientes, bebidas alcohólicas, aglomeraciones y escasas riñas entre los manifestantes)

3.3 Movimiento social

Para Tilly (1995) un movimiento social es un desafío que se manifiesta de forma persistente en contra del Estado o el aparato gubernamental, muchas veces el movimiento social se da a favor de ciertos grupos de la sociedad menospreciada o anulada en sus derechos.

Un movimiento social personifica la interacción contenciosa; implica la formulación de reclamaciones mutuas entre quienes retan y quienes detentan el poder. Por otra parte, la formulación de reclamaciones frecuentemente involucra a terceros: a otras personas que detentan el poder: fuerzas represivas, rivales, aliados, ciudadanos en general. (Tilly, 1995, p. 4)

Por otra parte, Alain Touraine (1997) nos habla sobre los valores y la moral en los movimientos sociales.

En todas las sociedades, el Sujeto se revela por la presencia de valores morales que se oponen al orden social. El movimiento societal defiende un modo de uso social de valores morales en oposición al que sostiene y trata de imponer su adversario social. Referencias morales y conciencia de un conflicto con un adversario social: éstas son las dos caras, inseparables una de la otra, de un

movimiento societal. Esta referencia moral no puede confundirse con el discurso de las reivindicaciones, porque éste procura modificar la relación entre costos y beneficios, mientras que el discurso moral del movimiento societal habla de libertad, de proyecto de vida, de respeto por los derechos fundamentales, factores que no pueden reducirse a ganancias materiales o políticas. (Touraine, 1997, pág. 104)

Según el politólogo Joachim Raschke (1994) un movimiento social es:

Un actor colectivo movilizador que, con cierta continuidad y sobre las bases de una alta integración simbólica y una escasa especificación de su papel, persigue una meta consistente en llevar a cabo, evitar o anular cambios sociales fundamentales, utilizando para ello formas organizativas y de acción variables (Raschke, 1994, p. 124).

Sobre esta definición el autor aclara algunos de sus componentes sobre la movilización, la cierta continuidad, la alta integración simbólica y las meta. La movilización que es una condición distinguida para la existencia de un movimiento social, la cierta continuidad hace que se distinga que el movimiento aún persiste (se agita), en cuanto al simbolismo y su alta integración se caracteriza por el sentido de pertenencia esta “se desarrolla sobre la base de una diferenciación entre aquellos que están a favor y los que están en contra” (Raschke, 1994, p. 124). En cuanto a las metas lo significativo no es intentar un cambio en el sistema sino algunos de sus elementos sustanciales para el beneficio del movimiento.

Analizando los dos conceptos anteriores uno procede del otro, la protesta hace manifiestas las diferencias y problemáticas de los sectores que protestan. De esta manera “Un movimiento social no es un grupo, un casi grupo o compuesto parecido a un grupo, sino semejante a una compleja forma de acción” (Tilly, 1995, p. 1) y sus representantes se ven implicados de forma constante.

3.4 Carnaval

Considerando los anteriores conceptos catalogamos a la Marcha del Orgullo LGBTTTTIQ+ de la Ciudad de México 2022 como una fiesta, un carnaval. Para la Real Academia Española el carnaval “son los tres días que preceden al comienzo de la Cuaresma, una fiesta popular que se celebra en carnaval, y consiste en mascaradas, comparsas, bailes y otros regocijos bulliciosos.” (Real Academia Española, 2022) El carnaval es una alegoría cuyo objetivo tiene fines estéticos y lúdicos, un ambiente festivo, es una experiencia de libertad en el cual participa un conjunto de individuos buscando la festividad y la libertad. En un carnaval se consienten diversas situaciones, los participantes se convierten con maquillaje, disfraces, etc. creando una identidad exclusiva del carnaval. Todos estos componentes del concepto de Carnaval se observaron en la Marcha del Orgullo, la manifestación social ha pasado por diferentes etapas, (como se describió en el marco histórico) en este momento se percibe claramente características típicas de un carnaval, aunque no se dejaron de lado las consignas políticas, que, aunque mínimas se hicieron presentes.

3.5 Mercantilización

Las implicaciones que conlleva la mercantilización en la comunidad LGBTTTTIQ+ son un fenómeno que se ha visto con el paso del tiempo más marcado y notorio, dando paso al mercado y viendo a la comunidad como una oportunidad como potenciales consumidores.

Para la Real Academia Española mercantilizar significa “Convertir en mercantil algo que no lo es de suyo.” (RAE, 2022) El fin de la mercantilización es el consumo de mercancías y sus fines son el lucro. Para ahondar más en el tema es necesario utilizar el concepto del fetichismo de la mercancía creado por Marx.

Para Miranda (1970) en su texto *Carlos Marx y su pensamiento, el marxismo viviente*, en el capitalismo las cosas y junto con ellas los medios para producirlas son susceptibles de apropiación privada. Los objetos producidos por el trabajo

humano se convierten en mercancías cuando aparece la división social del trabajo y cuando existen formas requeridas de propiedad sobre los medios de producción y sobre los frutos del trabajo (Miranda, 1970, p. 18) Entonces la mercancía se elabora para ser vendida y sirve para retribuir algunas necesidades físicas de las personas. El afianzamiento del fetichismo de la mercancía se da cuando: las leyes del mercado, arrebatan al productor las mercancías producidas por los obreros; por lo tanto, las convierten en cosas ajenas a ellos, pero son ajenas solo para quienes las producen, porque están incrustadas en el universo de relaciones establecidas por la propiedad privada y aparecen, de nuevo, ante los trabajadores y todos los hombres de la sociedad capitalista como potencias extrañas, dotadas de vida y poder. (Miranda, 1970, p. 18) Para el autor este momento es parte de la deshumanización del hombre.

Para Bernardo Sorj (2008) en la actualidad en América Latina los procesos de urbanización, de apertura económica y democratización de las sociedades han creado una sociedad de consumo de masas de ida y vuelta. El consumo de masas, la publicidad y la cultura consumista prácticamente destruyeron las barreras simbólicas entre las clases sociales, anteriormente encapsuladas en sistemas relativamente cerrados de estéticas, gustos y formas de consumo. Esta transformación sin duda tiene aspectos positivos en el sentido de universalizar expectativas de acceso a bienes que anteriormente estaban fuera del horizonte de buena parte de la población pero también [...] produce insatisfacción y frustración. (Sorj, 2008, p. 22) Esta insatisfacción y frustración de la que habla el autor nos es muy útil debido a que en la Marcha del Orgullo Gay de la ciudad de México en su edición 2022, se evidencian en su máxima potencia estos dos sustantivos en la población que marcha, ya que las marcas “invitan” a ser consumidas mostrándose por medio de los bailarines, música, regalos, etc. Y también visibilizándose como una opción de consumo ya sea para satisfacer necesidades físicas o para exponerse como una opción de trabajo adecuado e inclusivo.

3.5.1 La Seducción Mercantil

Seducir significa persuadir a alguien con argucias o halagos para algo. (RAE, 2022) evidentemente no podemos tomar esta definición al pie de la letra como válida para el tema que nos atañe, aunque es una buena introducción para hablar de la seducción del mercado y de uno de los autores que dominan la escena en este contexto. Para el sociólogo francés Gilles Lipovetsky en su texto *La era del vacío* (2000) la sociedad postindustrial se ha definido como una sociedad de consumo y servicios, este acto deriva en la seducción, esta sistematiza el consumo, las tradiciones, la educación, los organismos y la comunicación.

“La vida de las sociedades contemporáneas está dirigida desde ahora por una nueva estrategia que desbanca la primacía de las relaciones de producción en beneficio de una apoteosis de las relaciones de seducción.” (Lipovetsky, 2000, p. 17)

También la seducción logra que el individuo se separe de lo social y se vuelva indiferente, el autor indaga aún más sobre este tema y enuncia que el narcisismo emanado de la seducción hace que los sujetos se clasifiquen con seres idénticos, insertados en la postmodernidad, en la etapa del consumismo fugaz y recae en la era del vacío.

Para Lipovetsky en entrevista para la BBC el consumo funciona debido a la seducción

“todo el sistema económico se convirtió en un sistema de embrujo, de gustar al consumidor, a través del marketing, de la publicidad, el diseño, la decoración de tiendas, la moda. [...] El capitalismo ha difundido en nuestra vida cotidiana prácticas de seducción y objetos de seducción.”³ (Paredes, 2021)

Para el autor seducir no significa que se engañe necesariamente a la sociedad, el consumidor reconoce que la publicidad de una marca está allí para atraerlo, también define que existen prácticas de seducción engañosas aunque no todas deben de serlo, en ese sentido Lipovetsky no pretende estigmatizar este tipo de estrategias de mercado.⁴ En la era del consumo las marcas que se visibilizan en

³ Paredes, N. (2021). Gilles Lipovetsky: "El mayor seductor del mundo no es una geisha ni una supermodelo, es el capitalismo". septiembre 11, 2022, de BBC NEWS MUNDO Sitio web: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-55798087>

⁴ En esta investigación intentamos al igual que el autor no estigmatizar tanto a los consumidores como a las empresas que visibilizan sus artículos o servicios en la Marcha del Orgullo LGBTQ+

la Marcha del Orgullo LGBTTTTIQ+ crean opciones para que los asistentes encuentren en ellas satisfacción al ser utilizadas, en palabras de Lipovetsky las sociedades postmodernas democratizan el individualismo, la elección o no de las marcas recaen en el individuo pero a su vez alimentan a las empresas para conocer los gustos de consumo de una parte de los individuos que acuden a la Marcha.

4. MARCO HISTÓRICO

Para la realización del marco histórico se revisaron notas periodísticas, artículos libros y publicaciones científicas estudiando los antecedentes del origen de la marcha del orgullo LGBTTTTIQ+ en los Estados Unidos de Norteamérica y México.

4.1. ORIGEN DE LA MARCHA LGBTTTTIQ+

Los antecedentes de la marcha del orgullo LGBTTTTIQ+ tienen como origen las manifestaciones juveniles que se dan en los años sesenta y setenta a nivel mundial, que cuestionaban al Estado y sus instituciones, sobre la forma en que gobernaban y el rumbo que tomarían en el ámbito social, político, económico, etc. Particularmente en Estados Unidos las protestas iban en contra de la guerra de Vietnam, para González Pérez (2005) estos cuestionamientos fueron el punto de partida para que en la ciudad de San Francisco en el año 1969 grupos de Lesbianas y Homosexuales demandaran justicia por la liquidación de algunos trabajadores que habían sido despedidos por ser homosexuales, permaneciendo por un par de semanas frente a un astillero con las protestas.

En el mismo año en la ciudad de Nueva York la policía aparece violentamente en el bar StoneWall Inn para realizar una redada de homosexuales, esta vez los agredidos no permiten que sus derechos sean atropellados y comienzan las protestas, que se extienden por tres días. Según González Pérez (2005) debido a esta movilización surge el *Gay Liberation Front*, primera organización que luchó por los derechos de la poblaciónlésbico-gay en Nueva York.

4.2. ANTECEDENTES DE LA MARCHA DEL ORGULLO LGBTTTIQ+ EN LA CIUDAD MÉXICO

En la historia del movimiento homosexual no siempre han existido como en la actualidad las definiciones de cada identidad sexual (Lesbianas, Gays, Bisexuales, etc.) han tenido que pasar muchos años de lucha social y política de los distintos actores sociales y colectivos para lograr el reconocimiento de la diversidad sexual. A continuación, realizaremos un recuento de los hechos más trascendentes con respecto a la conformación del movimiento hasta llegar a la marcha del año 2022.

Para Margarita García y Octavio Maciel en el Primer Congreso Mexicano de Historia de la Comunidad LGBT (2019) las etapas del movimiento mexicano de la Diversidad Sexual se dividen en tres etapas:

Cuadro 1 Etapas del Movimiento mexicano de Diversidad Sexual

Etapas del Movimiento mexicano de Diversidad Sexual	Características
1971 - 1983	Lucha por la visibilidad e identidad del movimiento.
1983 - 1997	Lucha contra el VIH/ SIDA.
1997 - actualidad	Reconocimiento legal de derechos sociales.

Elaboración propia. Fuente: Margarita García y Octavio Maciel Primer Congreso Mexicano de Historia de la Comunidad LGBT (2019).

Antecediendo estos periodos del movimiento Homosexual en México, existe un hecho que los precedió, este aconteció en la dictadura del general Porfirio Díaz (1901) que sin duda marca un antecedente fundamental a la represión que ha ejercido el Estado hacia la población homosexual, el denominado *Baile de los 41*, este fue un hecho de represión por parte de la policía capitalina, realizando una redada en una fiesta privada de disfraces, en una casona en la Ciudad de México en lo que ahora es la colonia Tabacalera. “fue percibida como una acción de faltas a la moral.” (La Larga Marcha, 2019. p 71) El historiador Miguel Ángel Barrón Gavito en su ensayo denominado “El baile de los 41: la representación de lo afeminado en la prensa porfiriana” retoma la forma en la que el periódico *El popular* (20 de

noviembre de 1901) reseñó el acontecimiento en la casa marcada con el número 4 de la calle Paz:

“[...] que estaban vestidos con ropas de mujer, pretendieron huir para quitarse los vestidos del sexo contrario al suyo; pero al darse cuenta la policía que se trataba de algo grave, no dejó salir a ninguno de los 42, aún los vestidos de mujeres fueron llevados a la Comisaría respectiva, de donde pasaron a la cárcel de Belén, por ataque a la moral a disposición del Gobernador del Distrito [...] No daremos a nuestros lectores más detalles por ser en sumo asquerosos” (El Popular, 1901 retomado por Barrón, 2010, p. 49).

Tras el paso del tiempo, la diversidad sexual continuó estando escondida y reprimida, ya en la década de 1960 el movimiento lésbico-gay se da en el contexto de la represión que se vivía en el país, emanada esta de un Estado autoritario e inflexible, para González Pérez (2005) la herida se encontraba aún abierta debido a la matanza de los estudiantes en Tlatelolco (1968) “se hizo evidente el desmoronamiento del discurso de la Revolución Mexicana, ya que no se podía seguir reprimiendo con la idea de que la revolución era la garantía de la democracia que para ese momento ya estaba estatificada y partidizada.” (González, 2005, p. 91) Según Jiménez de Sandi (2016) en el año 1971 comienzan a surgir las protestas en México a partir de que la dramaturga, productora teatral y activista Nancy Cárdenas⁵ y otros intelectuales, (Carlos Monsiváis, Carlos Prieto y Luis González de Alba) convocaron a lesbianas y gays a organizarse para discutir y tomar acciones con respecto a la falta de sensibilidad, empatía, la falta de derechos para los homosexuales, la homofobia expresada y ejercida por la sociedad y el aparato gubernamental, la policía era parte fundamental de la represión que sufrían los homosexuales con detenciones arbitrarias y sin motivo legal alguno. En agosto de 1975 el escritor Luis González de Alba publicó en la revista *Siempre!* Dirigida por Carlos Monsiváis el primer manifiesto en defensa de los homosexuales titulado

⁵ “La vida de la dramaturga y actriz dio un giro muy importante cuando se encontraba en vivo para hablar de la falta de igualdad de derechos de la comunidad homosexual en México, y de las distorsiones que el psicoanálisis y la psiquiatría hacían de la homosexualidad, en el noticiero más visto de la televisión mexicana: “24 Horas”, con Jacobo Zabudovsky (1973) [...] Nancy Cárdenas dijo ser homosexual. Con la edad de 39 años, en cuestión de minutos su vida cambió para convertirse en la primera mujer mexicana en defender públicamente y en televisión, la diversidad sexual, la homosexualidad como opción de vida digna” (CNDH,2018)

CONTRA LA PRÁCTICA DEL CIUDADANO COMO BOTÍN POLICIACO en el cual se manifiesta el abuso de las autoridades policiacas ante la *disidencia sexual*.⁶

“De modo permanente, aunque con periodos intensivos, varias de las policías metropolitanas se han especializado en verdaderas batidas [sic] indiscriminadas en las cuales se lesiona con brutalidad los más elementales derechos ciudadanos. Los pretextos frecuentes: disidencia política o disidencia sexual; por “subvesivos” o por homosexuales [...] Es evidente que las detenciones ilegales (**el ciudadano como botín**) las razzias policiacas, la violación de domicilios, los golpes (y/o las torturas) a los detenidos y aun el asesinato de los mismos, la muy común extorsión y la irrupción violenta en lugares públicos con los consiguientes arrestos o encarcelamientos, deterioran y ridiculizan las garantías que el poder público le reconoce a la sociedad [...] El resultado: suspicacia, odio, desconfianza ante los representantes de la autoridad. [...] En México, la homosexualidad no constituye delito cuando se da en privado y entre adultos consensuales. De aquí se deriva que es posible acusar a una persona de violación o corrupción, mas no de ser homosexual, como no se le puede “acusar” de ser rubio, alto, zurdo o guapo condiciones tal vez menos frecuentes que la de homosexual. [...] está ampliamente probado que la homofobia conduce a crímenes y violencia. (Redacción, 2022)⁷

Sin duda la publicación del manifiesto abonó para hacer visible ante la opinión pública que existía la diversidad sexual y también exigir el respeto de los derechos humanos y la libertad de expresarse. A partir de este momento se crean organizaciones como *La Guerrilla Gay* que entre sus objetivos principales pretendían incitar a los homosexuales a “salir de closet”, estos argumentaban que: “el derecho al clóset, es el derecho a no tener los demás derechos.” (Jiménez, 2016, p.2) con este dicho pretendían hacer visible la homosexualidad y confrontar a los mismos homosexuales para que a su vez estos exigieran sus derechos. En esta etapa organizaciones o grupos aparecieron en México para abonar aún más a la causa de la diversidad sexual, algunos de ellos fueron:

Cuadro 2 Colectivos y Agrupaciones

Grupos	Observaciones
Sexpol.	Encabezado por Antonio Cué y Braulio Peralta.
Ácratas.	Feminista y lésbico.
Oikabeth.	Grupo lésbico.

⁶ Ver imagen A1 en Anexos

⁷ Este fue el primer manifiesto homosexual en México realizado por los escritores Luis González de Alba y Carlos Monsiváis. agosto 20, 2022, de infobae Sitio web: <https://www.infobae.com/leamos/2022/05/18/este-fue-el-primer-manifiesto-homosexual-en-mexico-realizado-por-los-escritores-luis-gonzalez-de-alba-y-carlos-monsivais/>

Frente Homosexual de Acción Revolucionaria.	Integrado por hombres, varios exmilitantes del Frente de Liberación Homosexual.
Grupo Lambda de Liberación Sexual.	Mixto.
Comité de Lesbianas y Homosexuales.	En apoyo a la candidatura a la presidencia de la República de Rosario Ibarra.
Colectivo Sol.	Creado en 1981.
Grupo Orgullo Homosexual de Liberación.	Creado en 1981.
Lesbianas Socialistas.	Creado en 1981.

Elaboración propia. Fuente: *La Larga Marcha* (2019) y *La marcha del orgullo LGBT de Ciudad de México* (2016).

En la Ciudad de México, la primera información con que se cuenta sobre una manifestación por los derechos de la comunidad Homosexual se remonta al año 1978 en el contexto de la marcha por el aniversario de la Revolución Cubana, con la participación de un grupo reducido de manifestantes que se identificaron como miembros del Frente de Liberación Homosexual de México (FLHM). Algunas de las consignas que se leían y escuchaban en el trayecto de la movilización eran: “¡No hay libertad política si no hay libertad sexual! o ¡Sin libertad sexual no habrá liberación Social!” (Gobierno de México, 2019)⁸. Sí bien en México no era un delito la homosexualidad, el hostigamiento y persecución no cesó con el pasar del tiempo, las razzias (redadas) eran práctica común en los sitios de reunión de las personas homosexuales.

Para el año 1980 a pesar del descontento y la desconfianza de la sociedad participaron en la marcha alrededor de cinco mil personas (La Larga Marcha, 2019) La consigna principal en esta marcha fue “*¡Gobierno de chacales que mata homosexuales!*” (Jiménez, 2016, p. 7) en referencia a los crímenes de odio cometidos en contra de la comunidad homosexual.

En el año 1981 Las consignas principales eran *¡Alto a las redadas y extorsión policiaca! ¡No a la discriminación laboral!* (Jiménez, 2016, p. 7) En este momento la segregación laboral hacia los Homosexuales era práctica común con despidos sin justificación alguna utilizando dos tergiversaciones en la Ley Federal del Trabajo:

⁸ Gobierno de México. (2019). Breve historia de la primera marcha LGBT+ de México. abril 19, 2022, de Gobierno de México Sitio web: <https://www.gob.mx/cultura/articulos/breve-historia-de-la-primera-marcha-lgbt+de-mexico>

“la invocación de la “ofensa a la moral pública” y la “falta de probidad” (La Larga Marcha, 2019, p. 32)

En la manifestación del año 1982 los lemas principales fueron: *¡Educación sexual al pueblo en general! Y ¡Contra el amarillismo de los medios de comunicación!* (Jiménez, 2016, p. 7).

En el año 1983 las manifestaciones se ven ensombrecidas y los integrantes de la comunidad Homosexual estigmatizados (aún más) por la aparición en México de los primeros casos de VIH/SIDA “se realizan dos marchas, una para erradicar la violencia, y otra contra la discriminación hacia la comunidad homosexual” (Jiménez, 2016, p. 7). La falta de empatía, el rechazo y la discriminación de las autoridades y el resto de la sociedad aunaron el rezago y el lento andar en la atención médica a los enfermos, en ese momento algunas organizaciones tomaron las riendas en este contexto, según Jiménez (2016) el Grupo Lambda acogió en sus instalaciones el centro de servicios de salud, también se crea la “Hoja de información Gay” en ella aparecían los diversos grupos que apoyaban en la materia.

En este periodo las marchas corrieron el peligro de extinguirse debido al gran estigma social ante la pandemia de SIDA, con respecto a este hecho, un ejemplo claro es el que enuncia Jiménez (2016) acontecido en el año 1986, en la marcha número VIII que tuvo escasa participación además de que las Lesbianas y Gays fueron violentados por la policía capitalina.

Para el año 1988 la consigna principal de la marcha fue: *“Concientizar a la población sobre el VIH; no sólo afecta a la comunidad Homosexual”* (Jiménez, 2016, p.8) para este año se crea el Consejo Nacional para la Prevención y Control de Síndrome de la Inmunodeficiencia Adquirida (CONASIDA).

En el año 1990 las consignas de la marcha iban en contra de los medios de comunicación derivado de los constantes ataques y malinformaciones con respecto a la pandemia de SIDA y la atribución de la enfermedad a los Homosexuales. Cabe señalar que en esta década se comienza a visibilizar un ambiente más festivo (carnavalesco) en las marchas Homosexuales. Según el Texto La Larga Marcha (2019) en este año la Organización Mundial de la Salud (OMS) retiró de la lista de enfermedades mentales la Homosexualidad. Para finales de esta década (1997)

existe un acercamiento entre la política y el activismo, Patria Jiménez, primera Diputada Federal abiertamente Lesbiana por el Partido de la Revolución Democrática (PRD) este hecho causa críticas de las organizaciones Homosexuales del momento. Para Jiménez (2016) otro evento significativo fue la llegada de Cuauhtémoc Cárdenas al Gobierno del Distrito Federal ya que existía empatía hacia el movimiento Homosexual por parte de elementos del PRD cercanos al nuevo Jefe de Gobierno.

Para finales de la década de 1990 aparece por primera vez (1999) “una nueva denominación a la marcha del orgullo, que en un principio era solamente “homosexual”, y se volvió la “*Marcha del Orgullo Lésbico, Gay, Bisexual y Transgénero*”, para así reconocer y reforzar su identidad colectiva.” (La Larga Marcha, 2019 p. 34). Por primera vez en el año 1999 la Marcha XXI del Orgullo Lésbico Gay Transexual y Transgénero llega al Zócalo Capitalino acudiendo miles de participantes (Jiménez, 2016).

En el año 2000 acuden a la marcha doce mil quinientas personas, el ambiente político cambia con la alternancia en el ámbito federal con la llegada de Vicente Fox a la presidencia de la república y en el ámbito local con la presencia de Andrés Manuel López Obrador como Jefe de Gobierno de la Ciudad de México, según Jiménez (2016) existía un ambiente esperanzador de terminar con la estigmatización y segregación de la comunidad Homosexual en México con este cambio. En esta década la diversidad sexual suma logros significativos en cuanto a los derechos humanos. “Algunos de los avances más importantes han sido el reconocimiento de las parejas del mismo sexo y el reconocimiento de la identidad de género.” (La Larga Marcha, 2019, p. 35).

En el año 2001 sucede un hecho significativo con respecto a las cifras de los asistentes a la marcha del Orgullo LGBTTTI en la Ciudad de México, Jiménez (2016) resalta que hubo una discrepancia entre la cifra oficial y la reportada por los organizadores, las autoridades informaron que participaron siete mil personas y los organizadores de la marcha comunicaron que acudieron treinta mil. Este hecho se verá reflejado hasta la actualidad con cifras siempre contrarias entre el comité organizador y las autoridades capitalinas.

Entre el año 2001 y 2003 se cabildea la Ley de Sociedades de Convivencia⁹ sin llegar a tener éxito su publicación, en las marchas de ese periodo se exige sea aprobada la ley, Según Jiménez (2016) en este año se realiza la primera marcha por la visibilidad Lésbica en la Ciudad de México.

En el año 2005 el actual Presidente de la República siendo Jefe de Gobierno sepultó la iniciativa de Ley de Sociedades de Convivencia en la Asamblea Legislativa. No es sino hasta su salida de la Jefatura de Gobierno (debido a sus aspiraciones presidenciales) que en el año 2006 con la designación por parte del Congreso Capitalino de Alejandro Encinas como nuevo Jefe de Gobierno que con su ayuda y la del PRD que contaba con mayoría en el congreso que fue aprobada la Ley de Sociedades de Convivencia.

Para el año 2007 se celebró en la marcha la puesta y la entrada en vigor de la Ley de Sociedades de Convivencia, con la llegada del nuevo Jefe de Gobierno Marcelo Ebrard se hizo evidente la diferencia de un gobierno y otro, con respecto al Gobierno Federal encabezado por Felipe Calderón y sus políticas homófobas.

En el año 2008 se realizó la Marcha número XXX organizada por el Comité Orgullo México (COMAC) “Se solicita la Presidente Calderón declarar el 17 de junio como el día nacional de la lucha contra la homofobia aprobado por el congreso mexicano, pero no por el ejecutivo” (Jiménez, 2016, p. 12).

En el año 2009 un hecho sin precedentes sucede en la Ciudad de México, ya que fue la primera entidad del país en aprobar el matrimonio igualitario reformando el artículo 146 del código civil del entonces Distrito Federal¹⁰, este hecho fue celebrado en la marcha del mismo año.

En el año 2010 entra en vigor el Matrimonio Igualitario en la Ciudad de México en la marcha de este año algunas de las consignas fueron: ¡Monsi está presente! ¡Calderón, aunque lo niegues Homofobia sí existe! ¡Reconocimiento a las familias

⁹ La Sociedad de Convivencia es un acto jurídico bilateral que se constituye, cuando dos personas físicas, mayores de edad y con capacidad jurídica plena, establecen un hogar común, con voluntad de permanencia y de ayuda mutua. [...] obliga a las personas convivientes, en razón de la voluntad de permanencia, ayuda mutua y establecimiento del hogar común; la cual surte efectos frente a terceros cuando la Sociedad es registrada ante la Dirección General Jurídica y de Gobierno de la Alcaldía correspondiente. (ASAMBLEA LEGISLATIVA DEL DISTRITO FEDERAL, VII LEGISLATURA, 2017)

¹⁰ Matrimonio es la unión libre de dos personas para realizar la comunidad de vida, en donde ambos se procuran respeto, igualdad y ayuda mutua. Debe celebrarse ante el Juez del Registro Civil y con las formalidades que estipule el presente código. (Código civil para el distrito federal, 2020, p. 31)

diversas! (Los Rostros de la Marcha, 2010)¹¹. Cabe destacar que al hacer el análisis del material fotográfico existente no se observan aún marcas de renombre en los carros o mantas que se exhiben en la manifestación, sólo se notan algunas marcas de los bares locales para acudir a ellos al término del evento.

En el año 2011 el Secretario de Turismo del Distrito Federal al inicio de la Marcha se pronunció de la siguiente manera:

“Alejandro Rojas Díaz Durán, comentó que para la ciudad de México es muy importante que se exprese la libertad de manifestación para todos los mexicanos. [...] en este caso es la marcha del orgullo gay, donde no importan las inclinaciones sexuales de la gente pues lo que importa es la defensa de sus derechos, así como de sus formas de pensar y actuar. El funcionario capitalino resaltó que el jefe de gobierno, Marcelo Ebrard Casaubon, es el único gobernante en el país que ha promovido, con convicción y compromiso democrático, los derechos de las minorías.” (Animal Político, 2011)¹²

En el año 2012 el lema principal de la marcha fue "¡Educación formal de la sexualidad ya!" el Secretario de Turismo de la capital “Carlos Mackinlay, saludó a los asistentes con un discurso en el que destacó el valor de las políticas de equidad de género, tolerancia, apertura y democracia que se ha mantenido en el Distrito Federal en los últimos años.” (BBC News Mundo, 2012)¹³.

Para el año 2013 y 2014 continuamos sin observar aún grandes marcas en las carrozas que desfilaron por el Paseo de la Reforma en ellas se perciben personas bailando y celebrando, los anuncios que aparecen son de los *antros* que se promocionan para ser visitados después de la celebración.¹⁴ Cabe mencionar que en el año 2014 en el recorrido se percibe el edificio del banco HSBC sin ningún

¹¹ Los Rostros de la Marcha. (2010). XXXII Marcha del Orgullo Gay. agosto 15, 2022, de Los Rostros de la Marcha Sitio web: <http://www.paquito.com.mx/marcha2010/marcha2010a.html>

¹² Redacción Animal Político. (2011). Concluye marcha gay. agosto 23, 2022, de Animal Político Sitio web: <https://www.animalpolitico.com/2011/06/concluye-marcha-gay/>

¹³ BBC NEWS MUNDO. (2012). Miles de personas marcharon por el orgullo gay en Ciudad de México. agosto 15, 2022, de BBC Sitio web: https://www.bbc.com/mundo/ultimas_noticias/2012/06/120531_ultnot_mexico_marcha_orgullo_gay_en

¹⁴ <https://youtu.be/ygi3P2npNIE> https://youtu.be/OXcYKB_RNn8

distintivo que haga alusión a la Diversidad Sexual, en el año 2022 el edificio se encuentra *homosexualizado* donde se muestran fotos del año 2014 y 2022 HSBC¹⁵

Para el año 2015 en la edición número XXXVII¹⁶ se observan contingentes a pie con globos, banderas de la diversidad, mantas con los logotipos de marcas reconocidas nacional e internacionalmente, (Google, American Express, Banamex y Aeroméxico), los carros y camiones continúan con promociones de los lugares para celebrar al finalizar la marcha. El anuncio de uno de los camiones dice: “VEN A SUDAR SO.DO.ME Mariano Escobedo 716 col. Anzures” SODOME es una casa de baño (vapor). En este año fue publicado en la Gaceta Oficial del Distrito Federal la Ley de reconocimiento de la Identidad de Género¹⁷.

Para el año 2016 los anuncios de los carros alegóricos continúan siendo de bares y antros, vapores, preservativos, ropa interior y algunas marcas que se visibilizan en globos y mantas. El lema de ese año fue “*Todas las familias, todos los derechos ¡ya!*” (Sánchez, 2016)¹⁸ en esta marcha se exigió el reconocimiento a las familias diversas y su trato igualitario. En esta edición participaron en la manifestación (en Turibuses prestados por el gobierno capitalino) el secretario de Desarrollo Social de la Ciudad de México, José Ramón Amieva; la presidenta del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (Conapred), Alexandra Haas; y Jaqueline L´Hoist, titular del Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la capital, así como representantes de las embajadas de Gran Bretaña, Francia y Holanda; En estos mismos autobuses participaron empleados de empresas que pertenecen a la red Pride Connection.¹⁹ (Sánchez, 2016) Este hecho es significativo

¹⁵ Ver imagen A2 y A3 en Anexos

¹⁶ <https://youtu.be/vbsjS26buT8>

¹⁷ Art. 135 II. Por enmienda, cuando se solicite variar algún nombre u otro dato esencial que afecte el estado civil, la filiación, la nacionalidad, el sexo y la identidad de la persona.

Artículo 135 Bis. Pueden pedir el levantamiento de una nueva acta de nacimiento para el reconocimiento de la identidad de género, previa la anotación correspondiente en su acta de nacimiento primigenia, las personas que requieran el reconocimiento de su identidad de género (Gaceta Oficial del Distrito Federal, 2015)

¹⁸ Sánchez. A. (2016). Participan decenas de miles en Marcha del Orgullo gay en la Ciudad de México. agosto 17, 2022, de La Jornada Sitio web: <https://www.jornada.com.mx/2016/06/26/politica/013n1pol>

¹⁹ Pride Connection México es un organismo proveedor de información, espacios y capacitación sobre diversidad e inclusión laboral para personas de la comunidad LGBT+ que laboran en empresas de México.

debido a que por primera vez grandes marcas se hacen visibles en la Marcha del Orgullo.

En este mismo año el Presidente Enrique Peña Nieto expuso una iniciativa para instituir el matrimonio igualitario en todo el país, otra iniciativa era el reconocimiento de las identidades trans, a nivel federal. “Al ser la capital del país, la Ciudad de México fue nuevamente un escenario importante de confrontación en torno a los derechos LGBTTTI.” (La Larga Marcha, 2019, p. 38) debido a la presión y oposición de diversos grupos de la sociedad civil y asociaciones religiosas²⁰. Antes de terminar el año, las iniciativas fueron rechazadas en el congreso federal.

En el año 2017 en la XXXIX Marcha del Orgullo Gay el lema principal fue: “Respeto mi familia, mi libertad, mi vida” (NOTIMEX, 2017)²¹ En la marcha se observa un tráiler patrocinado por la marca PLAYBOY Condoms, desde lo alto son repartidos los preservativos a los manifestantes, otro automotor aparece con la marca Cabify, también se observa a Google en una manta gigante que cubre todo el automotor, el alcohol también está presente con la presencia del Vodka Smirnoff. El Gobierno de la Ciudad de México patrocina un tráiler en su totalidad, así como el partido Movimiento de Regeneración Nacional (MORENA) con bailarines, globos y gorras con el logotipo del partido.²² Sucedió un hecho aislado de agresión frente a la Catedral Metropolitana “Integrantes del frente autodenominado Fuerza Nacional México, quienes se oponen a la marcha del orgullo gay, se enfrentaron contra colectivos anarquistas que se solidarizan con el movimiento LGBTTTI frente a la Catedral Metropolitana” (Metrópoli, 2017)²³. En el ámbito legislativo con respecto a los derechos de la Comunidad LGBTTTI la extinta Asamblea Legislativa presenta la Iniciativa con proyecto de decreto por la que se mandata la construcción del Instituto

²⁰Frente Nacional por la Familia (FNF), Unión Nacional de Padres de Familia (UNPF), ConFamilia, Red Familia, Citizen Go, la Agencia Católica de Informaciones (ACI Prensa) y la Arquidiócesis de México.

²¹ NOTIMEX. (2017). Realizan marcha del Orgullo Gay 2017 en la CDMX. agosto 18, 2022, de EXCELSIOR Sitio web: <https://www.excelsior.com.mx/comunidad/2017/06/24/1171699>

²² <https://youtu.be/LJoY3RM473A>

²³ Metrópoli. (2017). Marcha del Orgullo Gay 2017 en la CDMX. agosto 18, 2022, de El Universal Sitio web: <https://www.eluniversal.com.mx/galeria/metropoli/cdmx/2017/06/24/marcha-del-orgullo-gay-2017-en-la-cdmx>

de la Diversidad Sexual y de Género de la Ciudad de México. (La Larga Marcha, 2019, p. 67).

Para el año 2018 en el marco de la XL Marcha del Orgullo LGBTTTTI de la Ciudad de México en la página oficial de la marcha aparecen los patrocinadores oficiales: “La XL Marcha del Orgullo LGBTTTTI de la Ciudad de México es posible gracias al patrocinio de: Uber. Con el apoyo de: HOMOSENSUAL, Federación mexicana de empresarios LGBT, Museo Memoria y Tolerancia e Híbrido Night Club.” (Soy Homosensual, 2018)²⁴. El lema de ese año fue “40 años viviendo en libertad. ¡No renunciaremos!”. Cabe señalar que la página en internet sigue estando en la red, las de años anteriores no existen o el dominio caducó. En materia legislativa se presentó la “Iniciativa con proyecto de decreto que reforma el artículo 206 bis del Código Penal de la Ciudad de México en materia de tipificación a los contratos, tratamientos, terapias o servicios, tareas o actividades que pretendan corregir la orientación sexual e identidad o expresión de género y que atenten contra la libre autodeterminación de las personas en la Ciudad de México (La Larga Marcha, 2019, p. 66). En este año un hecho que vale la pena resaltar es que la compañía *Coca-Cola* obsequio mil latas de su producto *Sprite* que modificó su nombre por el de *Spride*, de esta manera la empresa celebró el Orgullo LGBT en la Ciudad de México. (López, 2018)²⁵

En el año 2019 en la celebración de la XLI Marcha del Orgullo LGBTTTTI el lema fue: “Ser es resistir” en esa edición se hizo un homenaje a el baile de los 41. “las exigencias aún van desde el cese de la represión policial al reconocimiento del matrimonio igualitario en todo el país, y el acceso a la seguridad social para las familias homoparentales y lesbomaternales.” (Redacción Animal Político, 2019)²⁶. En el ámbito legislativo con respecto al tema de la diversidad sexual se presentó la

²⁴ Soy Homosensual. (2018). XL Marcha del Orgullo LGBTTTTI en la Ciudad de México. agosto 18, 2022, de Comité IncluyeT Sitio web: <https://www.marchalgbtcdmx.com/#patrocinadores>

²⁵ López, S. (2018). Sprite celebra el orgullo LGBT con una lata edición limitada. abril 19, 2022, de Expansión Sitio web: <https://expansion.mx/mercadotecnia/2018/06/22/sprite-celebra-el-orgullo-lgbt-con-una-lata-edicion-limitada>

²⁶ Redacción Animal Político. (2019). Marcha del orgullo gay 2019: horarios, lugar, actividades y cambios en el transporte. agosto 18, 2022, de Animal Político Sitio web: <https://www.animalpolitico.com/2019/06/marcha-orgullo-gay-2019-horarios-lugar-actividades/>

Iniciativa con proyecto de decreto por el que se reforman diversas disposiciones de la Ley de Vivienda para la Ciudad de México, con el fin de dejar de usar la denominación “grupos vulnerables” y usar la definición correcta “grupos de atención prioritaria”, así como modificar el “Artículo 4.-Por ningún motivo será obstáculo para el ejercicio del derecho a la vivienda, la condición económica y social, origen étnico o nacional, lengua, edad, género, discapacidad, condición de salud, preferencias” para suprimir la palabra “preferencias”, pues ello impide una clara interpretación y aplicación de dicha ley. (La Larga Marcha, 2019, p. 66)

Debido a la pandemia por COVID-19 la XLII marcha del orgullo LGBTTTTI+²⁷ del año 2020 es cancelada, aunque el Comité IncluyeT (organizador de la marcha) invitó a observar la marcha digital que fue transmitida en redes sociales y en algunos canales de la televisión pública. El lema de este año fue: “Alerta por nuestros derechos y ¡no al retroceso! Al ser esta una marcha digital se utilizó el *hashtag*²⁸ (#) #ELORGULLO PERMANECE. La participación política también se dio cita en esta marcha con la colaboración en video grabado de la senadora Patricia Mercado, la subsecretaria para Asuntos Multilaterales y Derechos Humanos, Martha Delgado, y la Jefa de Gobierno de la Ciudad de México Dra. Claudia Sheinbaum. El discurso de la Dra. Sheinbaum fue conciso:

“Soy orgullosamente Jefa de Gobierno de una ciudad que todos los días avanza por los derechos de todas y de todos y en donde el reconocimiento de la diversidad y el trato igualitario nos caracteriza y nos enriquece [...] el reconocimiento de la diversidad sexual, con sus plenos derechos y la lucha permanente contra la discriminación sigue siendo tarea de todos los días. Nuestro compromiso de seguir avanzando en lo jurídico, social, laboral, en los diversos ámbitos de los derechos de las personas LGBT+.” (Redacción AN, 2020)²⁹.

La transmisión de la marcha en la plataforma YouTube que duró diez horas, cuenta hasta el mes de agosto del año 2022 con 448,862 vistas y 25, 292 Me gusta.³⁰ En esta se hicieron visibles las marcas a través de la Federación Mexicana

²⁷ A partir de este año se agrega el símbolo (+) a las siglas del colectivo.

²⁸ La voz *hashtag* es un anglicismo que se puede sustituir, en el ámbito de Twitter, por *etiqueta*. Si se emplea el extranjerismo no adaptado, se mantiene con su forma original y se escribe en cursiva. (RAE,2022)

²⁹ Redacción Aristegui Noticias. (2020). La 42 Marcha LGBT+ de la CDMX se celebra de manera digital. agosto 18, 2022, de Aristegui Noticias Sitio web: <https://aristeguinoicias.com/2706/kiosko/en-vivo-la-42-marcha-lgbt-se-celebra-con-orgullo-y-de-manera-digital/>

³⁰ <https://youtu.be/HhYgVNceCLY>

de Empresarios LGBT+³¹: 3M, Google, Bayer, Scotiabank, BASF, ACCENTURE, American Airlines, BCG, MasterCard, TE Connectivity, INFONAVIT, OLIVER WYMAN, Enel, Bain & Company, Unilever, Ford, iTEXICO, Zurich, GT, Manpower, Svitla, Deloitte, Baker Mc Kenzie, Kellogs e Intel; estas empresas se asumen como un espacio libre de discriminación y seguro para trabajar, además de que muchas de ellas por medio de sus fundaciones hacen donativos a instituciones o causas de la diversidad sexual en México. (Marcha LGBTI CDMX, 2020)³²

Para el año 2021 en el marco de la celebración de la Marcha del Orgullo número XLIII viviendo aún en el contexto de la pandemia por COVID-19 los organizadores del Comité IncluyeT instaron a los integrantes de la comunidad a no acudir a marchar debido a que no existían aún condiciones adecuadas para hacerlo, ya la Ciudad de México se encontraba en semáforo epidemiológico color amarillo, y al igual que el año anterior la manifestación se realizaría de manera digital, no obstante algunos organizadores disidentes optaron por salir a las calles a marchar, aunque en esta ocasión no hubo tráileres, o carros alegóricos. El lema de la marcha en esta ocasión fue “Frente al desamparo: Resistencia y unidad, lo radical es la empatía”. La marcha fue transmitida por redes sociales, el canal 11 del Instituto Politécnico Nacional, Capital 21, La Octava Televisión y el Canal 14. En la edición digital la participación política estuvo a cargo de la senadora Patricia Mercado (Por segunda Vez) hablando de la iniciativa presentada en contra de las terapias de conversión, también participó el subsecretario de Derechos Humanos del Gobierno de México Alejandro Encinas utilizando el lenguaje inclusivo “en primer lugar quiero agradecer a todas, todos y a todxs” en su discurso refrendó el compromiso del Gobierno Federal para reforzar los derechos de la comunidad LGBTTTI+. En esta ocasión las marcas se hicieron visibles por medio de comerciales, como el caso de Mercado Libre que realizó un corto titulado “Besos icónicos” donde observamos a parejas del mismo sexo besándose, al finalizar el corto la leyenda “*A los prejuicios, un besito. Descarga y comparte. Mercado libre.*” También la empresa Blued

³¹ <https://www.linkedin.com/company/fmelgbt/?originalSubdomain=mx>

³² MARCHA LGBTI CDMX. (2020). 42 Marcha del Orgullo LGBTTTI+ CDMX. agosto 18, 2022, de YouTube Sitio web: <https://www.youtube.com/watch?v=HhYgVNceclY>

(aplicación de encuentros románticos) que presentó un comercial con mujeres Trans, los conductores del evento agradecieron a las marcas patrocinadoras e instituciones ya que sin su apoyo la transmisión no sería posible, a continuación las marcas mencionadas: Google, Canal 11, YouTube, Facebook, Vice México, Los 40, Change.org, Exa Tv, Escándala, Anodis y American Express. (XLIII Marcha del Orgullo LGBTTTTI+ de la CDMX)³³.

A través de esta revisión histórica pudimos observar que la Marcha Homosexual, ahora Marcha del Orgullo LGBTTTTIQ+ ha pasado por distintas etapas, unas más combativas que otras hasta llegar a convertirse en un carnaval, sin dejar de lado las exigencias sobre los derechos de estos miembros de la sociedad. Esta transformación de Marcha a fiesta es el ambiente propicio para que las empresas posicionen sus marcas en esta manifestación social.

5.0 La economía rosa, capacidad adquisitiva de la comunidad LGBTTTTIQ+ en México.

El dinero rosa o *Pink Money* se refiere a la capacidad financiera y de poder de consumo de la comunidad LGBTTTTIQ+. Debido a que la población Homosexual en algunos países capitalistas cuenta con más derechos y visibilización, las empresas han aprovechado este nicho de mercado para vender sus productos y promocionar sus servicios, mostrando así una imagen inclusiva hacia la comunidad LGBTTTTIQ+, dando como resultado que el dinero rosa sea visto como una gran oportunidad de negocio. Algunos de los negocios y servicios que se asumen como *Gay-Friendly*³⁴ en la Ciudad de México son: clubes nocturnos (antros), restaurantes, tiendas de autoservicio, taxis de aplicación, e incluso algunos hoteles que son cien por ciento para la comunidad LGBTTTTIQ+. La economía de la gran mayoría de la Comunidad

³³ Marcha del Orgullo LGBTTTTI+ de la CDMX. (2021). XLIII Marcha del Orgullo LGBTTTTI+ de la CDMX. agosto 18, 2022, de YouTube Sitio web: <https://www.youtube.com/watch?v=5zdFRydEhlg&t=35s>

³⁴ Ver glosario

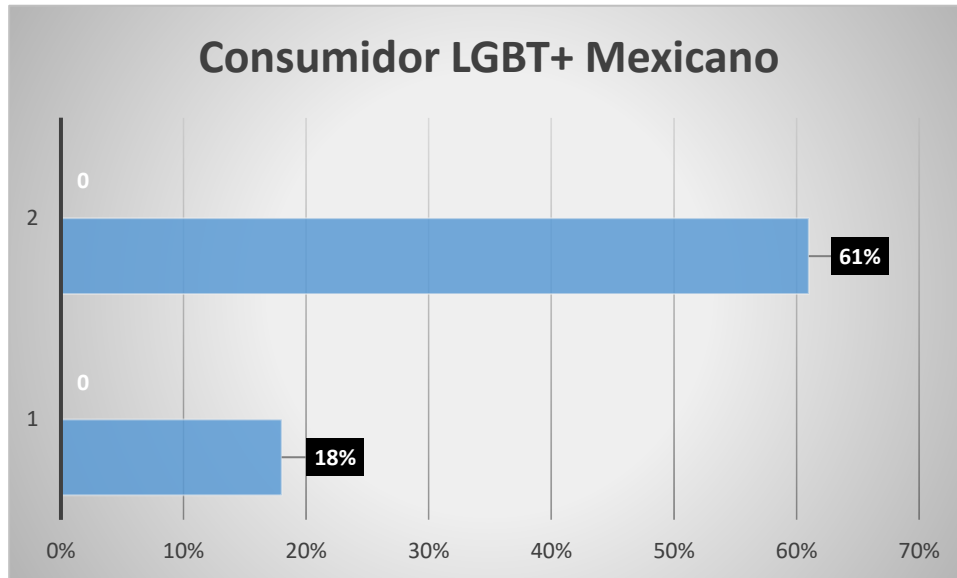
LGBTTTIQ+ en la Ciudad de México es precaria y causa desilusión para estas personas al no poder consumir los artículos que promocionan las empresas y sus marcas.

Un ejemplo de la capitalización de las empresas con respecto a la comunidad LGBTTTIQ+ y al *Dinero Rosa* son los estudios de mercado que recientemente han aparecido con respecto a este tema. Uno de estos estudios es el que hizo en el año 2019 la empresa The Nielsen Company sobre el consumidor LGBT+ mexicano, esta compañía se dedica a estudiar a los compradores, su comportamiento y hábitos de consumo. Al hacer este análisis intentan junto con las industrias entender las necesidades de dispendio y tener una conexión con el público usuario.³⁵ (Anuario Nielsen, 2020) Cabe destacar que esta empresa de estudios de mercado indica en el anuario que este estudio tiene como objeto visibilizar el acoso que persiste hacia la comunidad LGBT+ incurriendo claramente en el pinkwashing.³⁶ Las preguntas que se hicieron en este estudio fueron: ¿Qué tan dispuesto estarías a [sic] comprar los productos de una empresa, si ésta promueve la igualdad y diversidad de género? Y ¿cuál o cuáles de las siguientes empresas promueven según tú la igualdad y la diversidad?

³⁵ The Nielsen Company. (2020). *Anuario Nielsen 2019*. septiembre 10, 2022, de The Nielsen Company Sitio web: <https://www.nielsenbope.com/wp-content/uploads/sites/14/2020/01/Anuario-Nielsen-2019-1.pdf>

³⁶ Ver glosario

Gráfica 1



Fuente: Elaboración propia con información del Anuario Nielsen 2019.

Consumidor LGBT+ Mexicano

El 18% le es indiferente si las marcas se asumen LGBT+

El 61% segmento LGBT+ está dispuesto en adquirir productos de aquellas marcas que apoyen a la diversidad e inclusión.

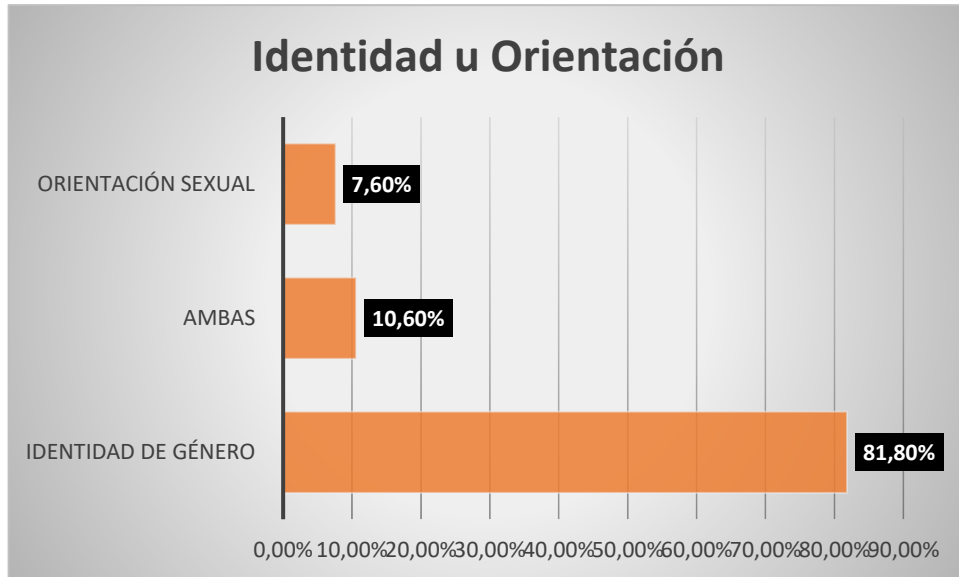
6.0 Los números de la comunidad LGTBTTIQ+ en México

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) realizó por primera vez en el año 2021 la Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021 en el marco del Día Internacional del Orgullo LGBTI+ para conocer las principales características de este grupo poblacional.

A continuación, mostraremos las principales características de la comunidad LGBTI+ por medio de gráficas.

En la siguiente grafica se mostrará la distribución porcentual de la población de 15 años y más que se autoidentificaron como población LGBTI+.

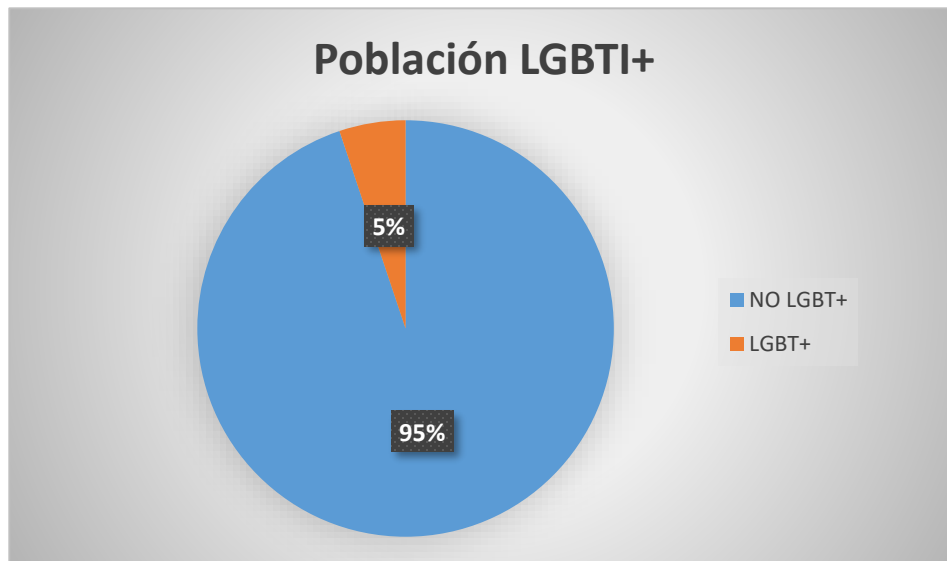
Gráfica 2



Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

IDENTIDAD DE GÉNERO	4090962
AMBAS	529850
ORIENTACIÓN SEXUAL	378736

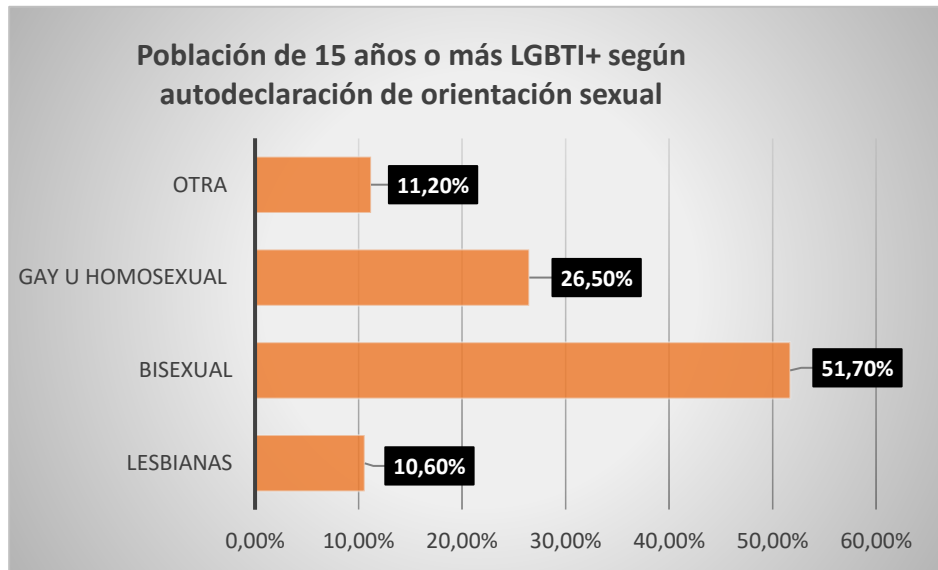
Gráfica 3



Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

NO LGBTI+	922,331,41
LGBTI+	4,999,548

Gráfica 4



Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

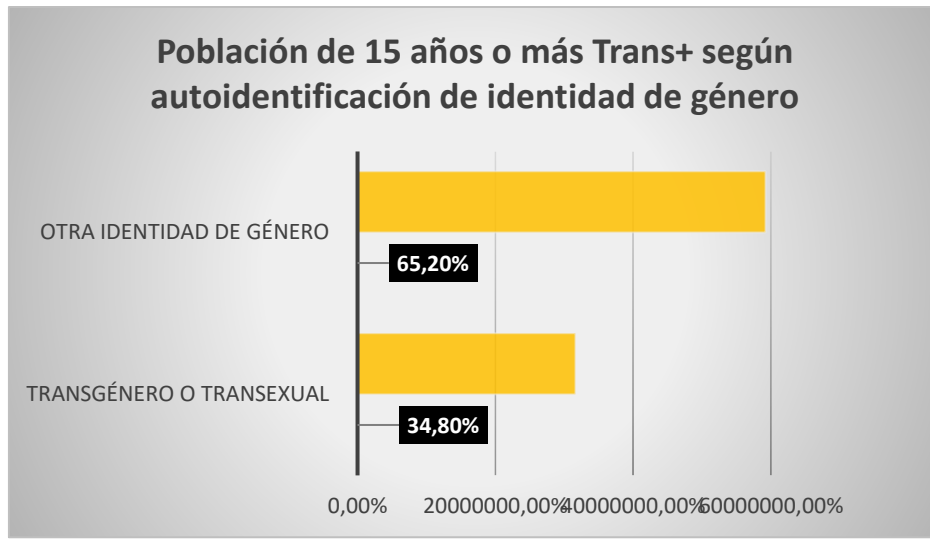
LESBIANAS	489,835
BISEXUAL	2,387,343
GAY U HOMOSEXUAL	1,224.82
OTRA	518,811

6.1 Orientación sexual e Identidad de género

De las personas que se autoidentifican como LGBTI+ por su orientación sexual, 2.3 millones son bisexuales, lo que representa 51.7 % del total de esta población. El 34.8 % es transgénero o transexual.

En México, 1 de cada 2 personas con orientación sexual diversa se auto declara bisexual

Gráfica 5



Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

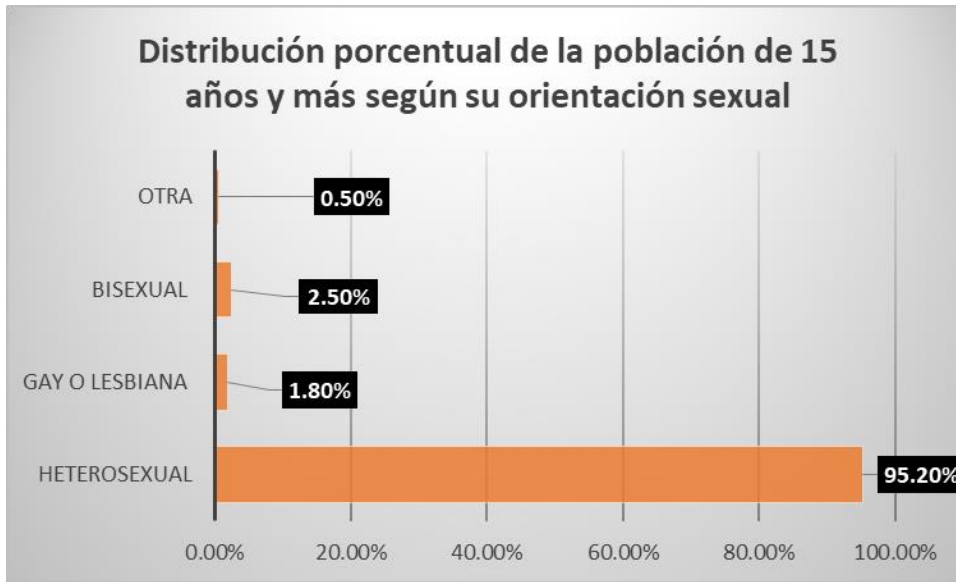
TRANSGÉNERO O TRANSEXUAL	316,258
OTRA IDENTIDAD DE GÉNERO	592,328

6.2 Orientación sexual según identidad de género

Las personas no siempre se sienten identificadas con el sexo con el que nacieron. En el siguiente interactivo, se presenta la orientación sexual de las personas según su identidad de género y cómo esta coincide, o no, con el sexo asignado al nacer. Por ejemplo, se observa que del total de la población de 15 años y más en México, 47.1% fue asignada hombre al momento de nacer, de estos, el 99.2 % se identifica como «hombre cisgénero³⁷» (46.7% del total de la población de 15 años y más).

³⁷ Ver glosario

Gráfica 6



Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

HETEROSEXUAL	95.20%
GAY O LESBIANA	1.80%
BISEXUAL	2.50%
OTRA	0.50%

6.2.1 Población LGBTI+ por entidad federativa

En México, poco más de 50 % de la población que se autoidentifica LGBTI+ se concentra en nueve entidades federativas.

El Estado de México es la entidad federativa que cuenta con el mayor número de personas que se autoidentifican LGBTI+, con 489,594 habitantes, en seguida la Ciudad de México con 310,788 habitantes que se autoidentifican de esta manera.

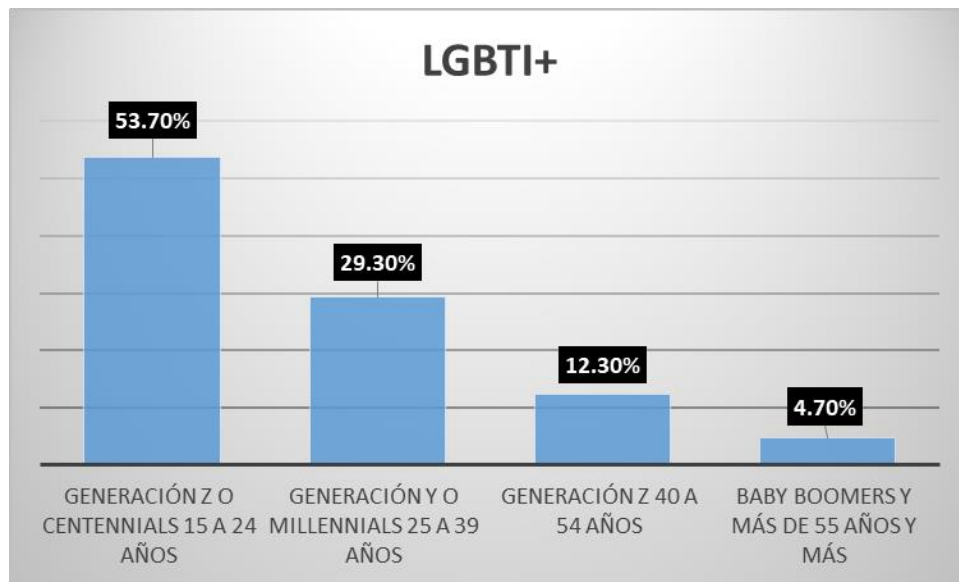
A continuación, se presentan las principales características sociodemográficas de la población de 15 años o más que se autoidentifica como LGBTI+ en México, tales como: edad, empleo, servicios de salud.

6.2.2 Edad

La siguiente gráfica presenta la distribución de la población de 15 años y más LGBTI+ según las generaciones en que nacieron.

El **53.7 %** del total de personas LGBTI+ forma parte de la generación Z o centennial (tienen entre 15 y 24 años de edad).

Gráfica 7



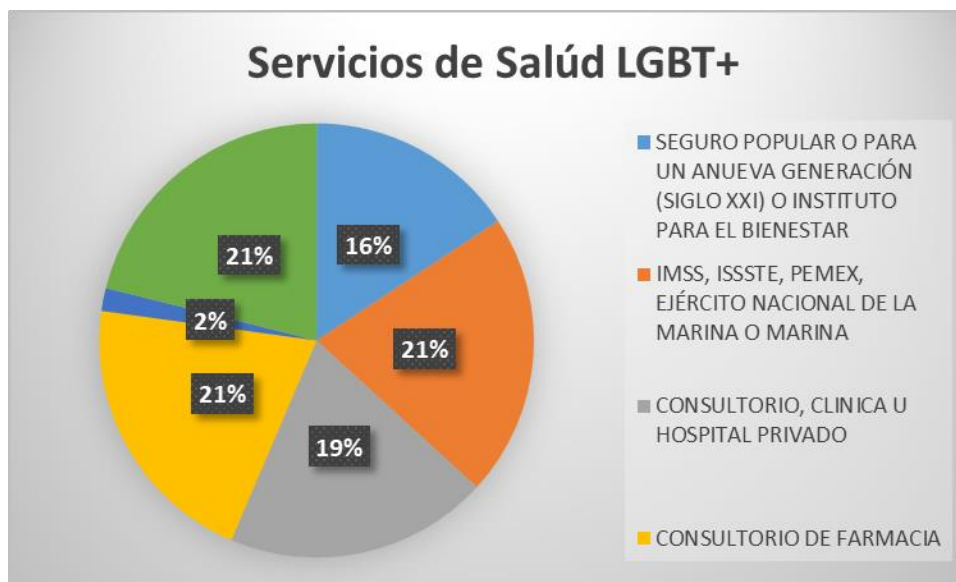
Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

6.3 Servicios de salud

Del total de la población de 15 años y más que se autoidentifican como LGBTI+, 49.8 % utiliza los servicios de salud de consultorios, clínicas u hospitales privados y consultorios de farmacia. En contraste, 52.2 % de la población No LGBTI+ se atiende en instituciones públicas como IMSS, ISSSTE, PEMEX, Ejército Nacional o Marina, el Seguro Popular o para una Nueva Generación (Siglo XXI) o Instituto de Salud para el Bienestar.

Los servicios de salud más utilizados por la población LGBTI+ son los servicios privados (49.8 %), en cambio la población No LGBTI+ utiliza principalmente servicios públicos (52.2 %).

Gráfica 8



Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

6.4 Actividad económica

Poco más de 3 millones de personas de 15 años y más que se autoidentifican como LGBTI+ (61 %) indicaron contar con trabajo (por lo menos una hora), 20 % señaló ser estudiante y 14 % declaró dedicarse a los quehaceres de su hogar o al cuidado de sus miembros o integrantes. En caso contrario, 58 millones de personas LGBTI+

Señalaron (63 %) contar con trabajo (por lo menos una hora) y 21 % dijo dedicarse a los quehaceres de su hogar o al cuidado de sus miembros o integrantes.

64.3 % de la población LGBTI+ es económicamente activa contra 66.1 % de la población No LGBTI+.

Con referencia a la posición en la ocupación, 1.9 millones de personas de 15 años y más que se autoidentifican como LGBTI+ (62.5 %) señalan laborar como empleada(o) u obrera(o) y poco más de 672 mil personas (22 %) como trabajador(a) por cuenta propia. Por otro lado, 60 % de la población No LGBTI+ es empleada(o) u obrera(o) y 27 % es trabajador(a) por cuenta propia.

Gráfica 9



Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

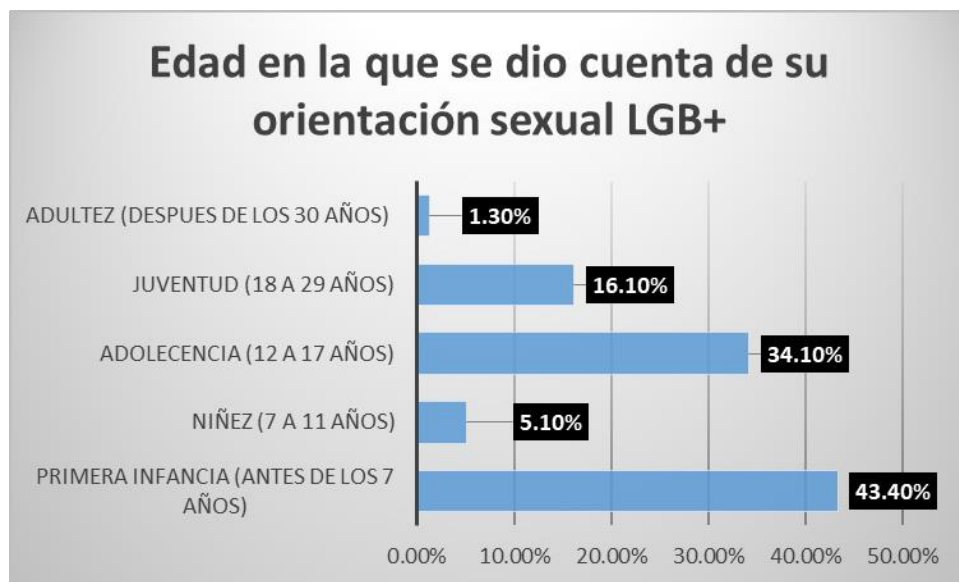
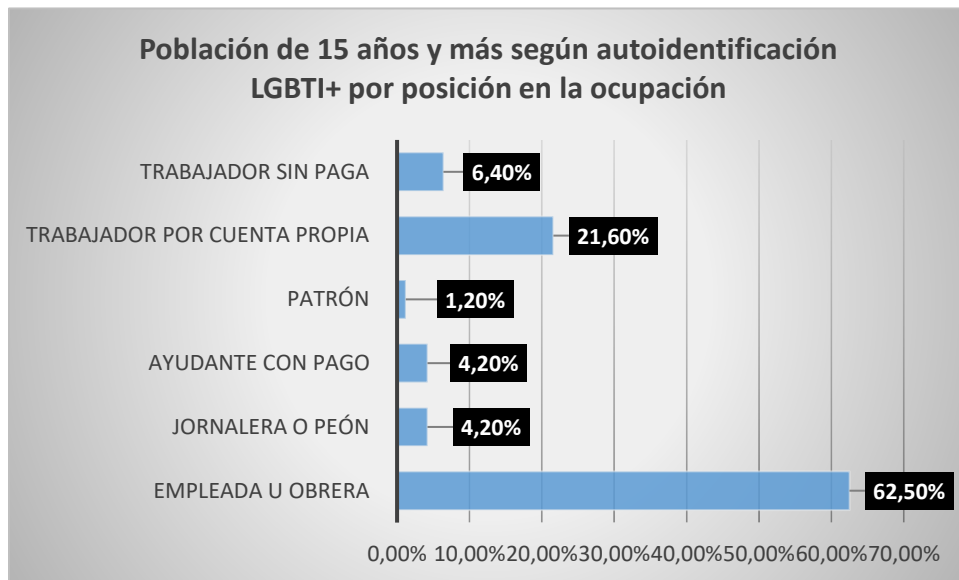
Debido a prejuicios, estereotipos y homofobia, uno de los problemas que enfrenta la población LGBTI+ es el de reconocer su orientación sexual (OS) y su identidad de género (IG) frente a sí misma y, posteriormente, frente a la familia, amigos y sociedad en general. En México, aún hay discriminación y rechazo social hacia las personas LGBTI+.

A continuación, se presentan datos sobre autorreconocimiento, discriminación y aceptación de la población LGBTI+ de 15 años y más en México durante 2021.

La primera infancia y la adolescencia son las principales etapas en las que las personas se dan cuenta de su orientación sexual (OS) y de su identidad de género (IG). Durante estas etapas de la vida, 77.5% de la población se da cuenta de su orientación sexual (OS) y 82.7% de su identidad de género (IG).

Principalmente en la primera infancia y la adolescencia las personas se dan cuenta de su orientación sexual y de su identidad de género.

Gráfica 10 y 11

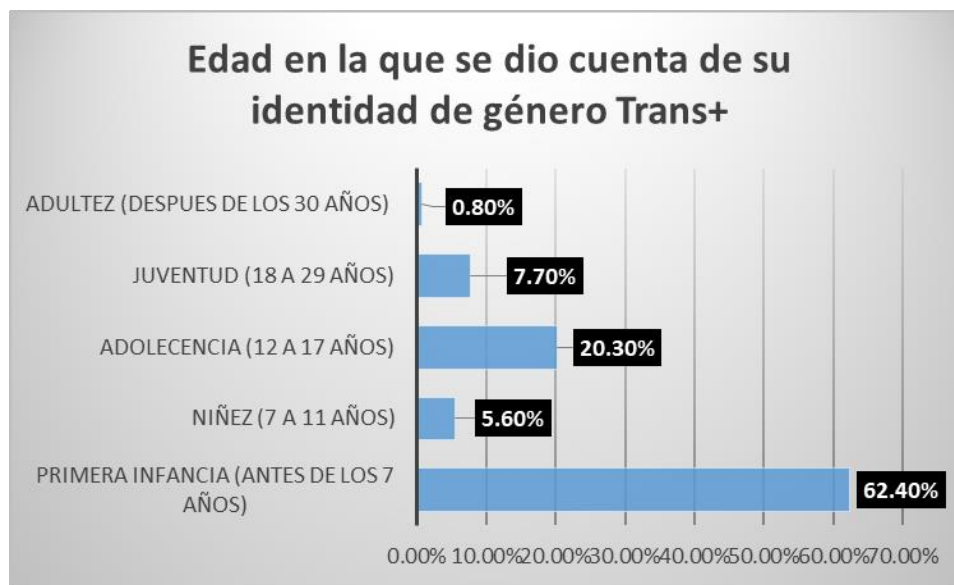


Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

6.4.1 Edad de identificación de OS e IG LGBTI+

La primera infancia y la adolescencia son las principales etapas en las que las personas se dan cuenta de su orientación sexual (OS) y de su identidad de género (IG). Durante estas etapas de la vida, 77.5 % de la población se da cuenta de su orientación sexual (OS) y 82.7 % de su identidad de género (IG). Principalmente en la primera infancia y la adolescencia las personas se dan cuenta de su orientación sexual y de su identidad de género.

Gráfica 12

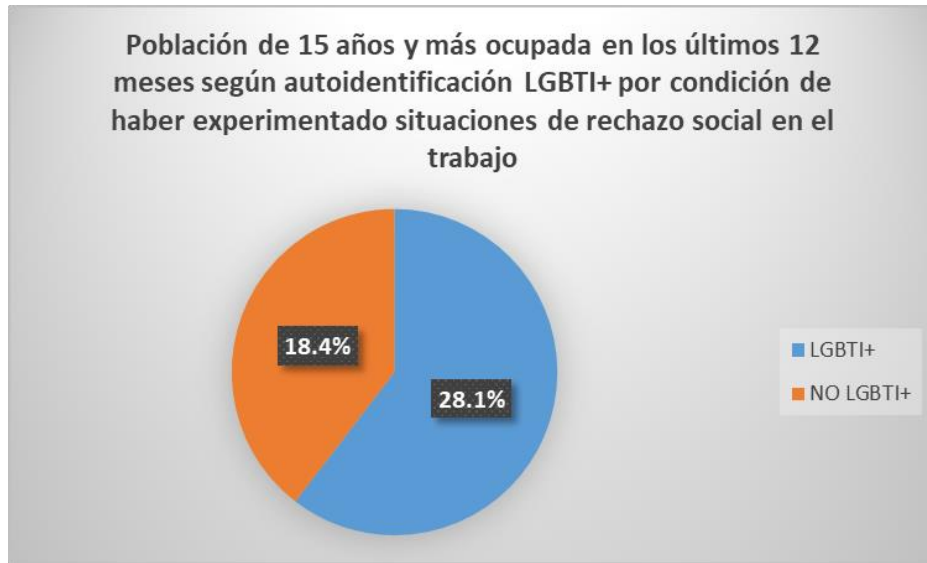


Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

6.4.2 Rechazo social en el trabajo

En 2021, 71.9 % de las personas LGBTI+ de 15 años y más manifestó no haber sufrido situaciones de rechazo social en el trabajo, frente a 81.6 % de las personas No LGBTI+ de 15 años y más. 28.1 % de la población LGBTI+ ha recibido un trato desigual en el trabajo contra el 18.4 % de la población No LGBTI+.

Grafica 13

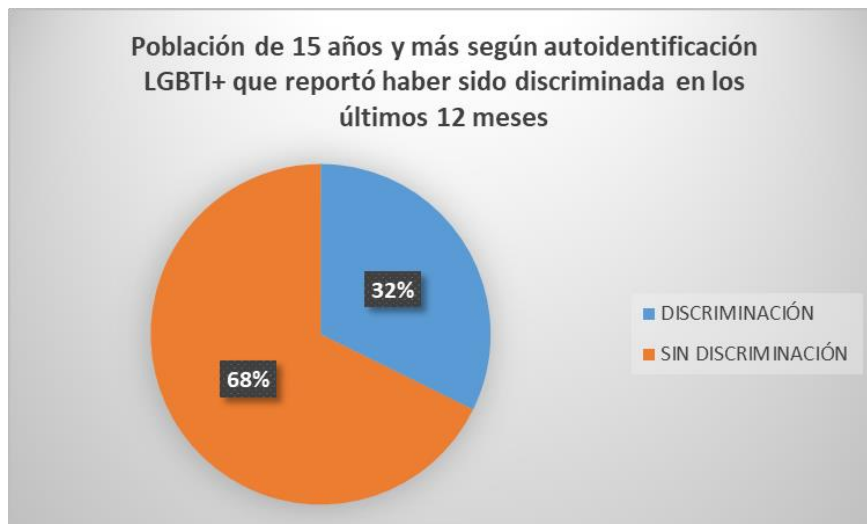


Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

6.4.3 Experiencias de discriminación

En los últimos 12 meses, 67.7 % de las personas LGBTI+ de 15 años y más manifestaron no haber sufrido discriminación, frente 86.8 % personas No LGBTI+ de 15 años y más. La frecuencia en que la población LGBTI+ es discriminada es del doble que la población No LGBTI+.

Gráfica 14

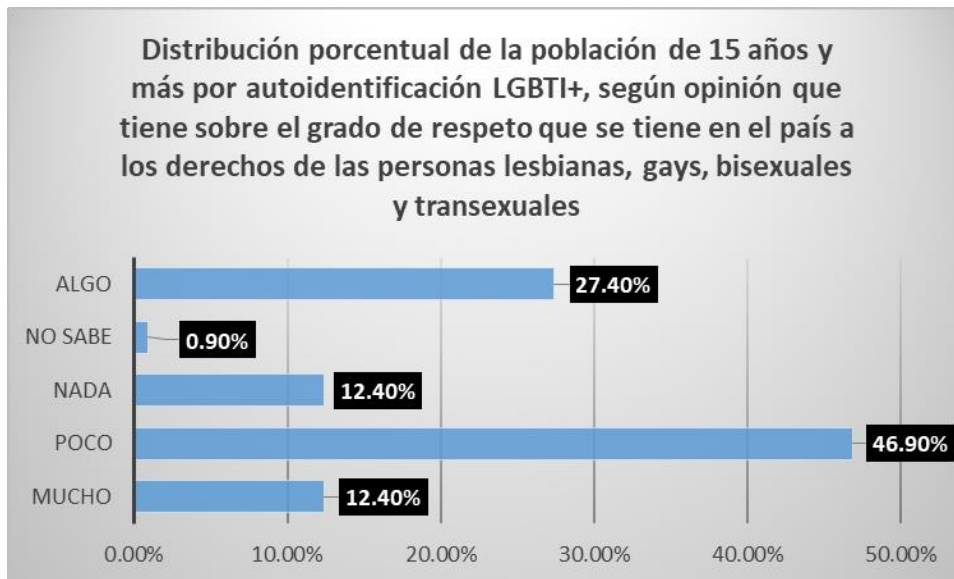


Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

6.4.4 Respeto a los derechos de las personas LGBTI+

La gráfica muestra la opinión de la sociedad sobre el grado de respeto a los derechos de las personas LGBTI+. El 46.9 % de la población LGBTI+ y el 40.4 % de la población No LGBTI+ opina que en México hay poco respeto a los derechos de las personas LGBTI+

Gráfica 15



Fuente: Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021. Elaboración propia.

7.0 Crónica de la marcha del orgullo LGBTTTIQ+ en la Ciudad de México en su edición número XLIV

7.1 Aspectos políticos

Para el Comité organizador de esta edición de la marcha, con su dirección se ha visto fortalecido el componente original político. Esta Marcha es de reivindicaciones. Más allá de la importancia del enfoque festivo, de expresiones y libertades esta manifestación es reflejo de las circunstancias que predominan hoy en nuestro país en materia de avances, estancamiento y retrocesos para el acceso a los derechos de las personas LGBTTTIQ+ (Comunicado Comité IncluyeT, 2022)³⁸ haciendo referencia a que la organización realizó un pliego petitorio y un posicionamiento, algunas de las peticiones y consignas fueron: la lucha contra la violencia hacia las mujeres, contra los discursos de odio y el machismo, y los crímenes transfeminicidas entre otras. A la marcha fue invitada la Jefa de Gobierno Claudia Sheinbaum Pardo, el día 23 de junio de 2022 en conferencia de prensa la Titular del Gobierno de la Ciudad de México confirmó su asistencia a la Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ con un cubrebocas Homosexualizado Sheinbaum comenzó la conferencia hablando sobre la manifestación que se llevaría a cabo sobre el paseo de la Reforma

“la Ciudad de México [...] se distingue por ser libre y de derechos [...] la capital del país es una Ciudad de Derechos para todas y todos en la que se aborrece la discriminación [...] Lo que se ha hecho desde la Secretaría de Gobierno es facilitar en todos los casos, para que todos puedan tener la misma oportunidad de desarrollarse libremente en la ciudad y –quizá– una parte muy importante es que no solamente es un día de fiesta, de algarabía, sino también un día en donde tenemos que reflexionar sobre la importancia de los Grandes Derechos en nuestra ciudad.” (Jefatura de Gobierno, 2022)³⁹.

En el evento la acompañaban el subsecretario de Control de Tránsito, el subsecretario de Gobierno, la directora de Gobierno, el director de Servicios al Turismo, el director general de Diversidad Sexual y Derechos Humanos e

³⁸ Comité IncluyeT. (2022). XLIV MARCHA DEL ORGULLO LGBTTTIQ+ DE LA CIUDAD DE MÉXICO ¿CÓMO NOS FUE? ¿QUÉ SIGUE? agosto 25, 2022, de COMITÉ INCLUYET Sitio web: <https://www.facebook.com/comiteincluyet/photos/7674429419297936>

³⁹ Jefatura de Gobierno. (2022) Anuncia Gobierno capitalino operativo de apoyo de la 44 Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ en la Ciudad de México. agosto 25, 2022, de Jefatura de Gobierno Sitio web: <https://jefaturadegobierno.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/recibe-jefa-de-gobierno-pliego-petitorio-en-la-44-marcha-del-orgullo-lgbti>

integrantes del Congreso de la Ciudad. Cabe señalar que en el presídium se observa una bandera que representa a la Diversidad Sexual y la mayoría de los funcionarios portaban cubrebocas iguales al de la Jefa de Gobierno.⁴⁰ Algunos miembros de la Comunidad LGBTTTTIQ+ y estudiosos sobre el tema denominan a este acto como *Pinkwashing*⁴¹ este fenómeno se da tanto en el gobierno como en las empresas que mercantilizan la marcha y al colectivo LGBTTTTIQ+.

7.2 Posible conflicto de intereses entre la Jefatura de Gobierno y el Comité IncluyeT

Según el Comité IncluyeT se invitó a la Jefa de Gobierno a que escuchara los posicionamientos y demandas que para ellos, son urgentes de atender con respecto a los atropellos de los derechos que han sufrido algunos de los integrantes de la Comunidad LGBTTTTIQ+, tras solicitar una entrevista con la Doctora Sheinbaum la cual nunca se dio en las condiciones adecuadas (vía zoom y con múltiples desconexiones) el Comité IncluyeT realiza la siguiente pregunta: “¿Las poblaciones y activistas de la diversidad sexual y de género solamente merecen esta atención?” (Comunicado Comité IncluyeT, 2022)⁴². En una reunión subsecuente en las instalaciones de la jefatura de gobierno, fue planteado el protocolo para que el arribo de la Jefa de Gobierno al Ángel de la independencia fuera: “Llegada de la Jefa de Gobierno con las personas activistas atrás y mensaje de la Jefa de Gobierno quien dará el banderazo de salida.” (Comunicado Comité IncluyeT, 2022)⁴³. La respuesta del Comité IncluyeT fue oponerse rotundamente a este ofrecimiento y propusieron que la titular del Gobierno Capitalino escuchara los pronunciamientos de las mujeres activistas de la sociedad civil y los aliados de la Comunidad LGBTTTTIQ+, el Comité afirma que esta segunda opción fue aceptada por el Gobierno Capitalino.⁴⁴ Con

⁴⁰ <https://youtu.be/wD0kJ2Mzn4k>

⁴¹ Ver Glosario

⁴² Comité IncluyeT. (2022). XLIV MARCHA DEL ORGULLO LGBTTTTIQ+ DE LA CIUDAD DE MÉXICO ¿CÓMO NOS FUE? ¿QUÉ SIGUE? agosto 25, 2022, de COMITÉ INCLUYET Sitio web: <https://www.facebook.com/comiteincluyet/photos/7674429419297936>

⁴³ *ídem*

⁴⁴ Cabe resaltar que esta afirmación no pudo ser corroborada ni se pudo ahondar más al respecto ya que en el mismo comunicado el Comité IncluyeT cerró y evitó toda comunicación después de la publicación del mismo, este equipo de trabajo intento por diversos medios comunicarse con el Comité sin obtener resultados.

respecto al mismo tema, en el comunicado oficial del Gobierno Capitalino se enuncia que:

“La mandataria local señaló que ha sido invitada por la *sociedad civil* a participar en la marcha en donde se prevé que reciba un pliego petitorio por parte de los manifestantes sobre las solicitudes que impulsa la comunidad LGBTTTI+.” (Jefatura de Gobierno, 2022)⁴⁵.

En esta comunicación oficial no se menciona al Comité IncluyeT en ningún momento siendo este el organizador de la Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+, aunque el mismo comité refiere que está integrado por miembros activistas e integrantes de la sociedad civil. Es por ello que inferimos que esta falta de comunicación entre el gobierno y el Comité IncluyeT conlleva un conflicto de intereses económicos y políticos. La llegada de la Jefa de Gobierno fue abrupta y atropellada, ya que estaba previsto que su arribo fuera a las 11 de la mañana, pero no fue sino hasta las 12:30 del día que llegó, en ese momento fue interrumpido el discurso de una activista. Las personas que se encontraban cerca del improvisado templete gritaban “fuera, fuera”, “es nuestra marcha” “que se vaya” en ese momento la Jefa de Gobierno fue flanqueada y arropada por otros activistas que según el Comité IncluyeT eran contrarios a ellos y algunos fueron los organizadores de un concierto alterno en la misma plancha del Zócalo capitalino (donde hubo dos escenarios) además de haber cobrado por el registro de automotores y la participación en el concierto del Zócalo. Al fondo se escucha a otra activista: “esto es nuestra marcha, compañeros, compañeras esto tiene que ser histórico, es nuestra marcha, están teniendo una falta de atención todos los que estuvimos hace 44 años nuestra marcha es revolucionaria, contestataria, no nos pueden decir a qué hora nos vamos, es nuestra marcha, vámonos que ésta es nuestra marcha”.⁴⁶ En ese momento la Jefa de Gobierno comienza a hablar:

⁴⁵ Jefatura de Gobierno. (2022) Recibe Jefa de Gobierno pliego petitorio en la 44 marcha del orgullo LGBTI+. agosto 27, 2022, de Jefatura de Gobierno Sitio web: <https://jefaturadegobierno.cdmx.gob.mx/comunicacion/nota/recibe-jefa-de-gobierno-pliego-petitorio-en-la-44-marcha-del-orgullo-lgbti>

⁴⁶ https://www.youtube.com/watch?v=YqDrZQopO_Y

“Es una marcha de la sociedad civil, en realidad no es una marcha del gobierno; y, más que inaugurar, a lo que vinimos fue a escuchar las demandas, sobre todo de las mujeres de la diversidad, me comprometí con ellas y, ya, vamos a abrir una mesa de trabajo” (Jefatura de Gobierno, 2022)⁴⁷.

En distintos videos se aprecia como una mujer identificada como la persona organizadora de *la otra marcha*, arrebató el micrófono a la diputada Salma Luevano primera diputada Trans (MORENA) que daba el banderazo inicial para que la marcha partiera, al arrebatarse el micrófono se percibe un forcejeo entre ambas mujeres, la Jefa de Gobierno se observa en la parte de atrás. “Damos nuestro banderazo con Claudia Sheinbaum, todos los comités de LGTB” en ese momento se escucha otra voz que dice “vámonos” y se percibe como la Jefa de Gobierno abandona el Ángel de la Independencia.⁴⁸ Unos segundos después la Jefa de Gobierno regresa ya que se le exige escuchar los posicionamientos de las oradoras, tres minutos después parte. El día 26 de junio de 2022 la Diputada Luevano habla sobre el supuesto conflicto en la Marcha y apela a la unidad de la “Marcha del arcoíris” y hace el siguiente pronunciamiento: “ciertos o ciertas actores, han querido y han capitalizado, hay que ser honestos, han capitalizado nuestra marcha, nuestro trabajo, no podemos seguir permitiendo ser moneda de cambio, no teníamos por qué esperar a nadie porque es nuestra marcha, no tiene por qué condicionarnos todavía en eso.”⁴⁹ El día 27 de junio del mismo año la diputada realiza una declaración en la misma red social (Twitter) para aclarar el video anterior donde dice que ella no tiene ninguna diferencia con ninguna autoridad de ningún gobierno emergido de la 4T emergido de MORENA,⁵⁰ arrojando (@) a las siguientes cuentas @Mx_Diputados, @mario_delgado, @CitlaHM, @M_OlgaSCordero, @aurel_gt y @lopezobrador_⁵¹.

Es más que evidente que el conflicto de intereses y la falta de comunicación entre el Comité organizador, activistas y el Gobierno capitalino es tenso y cada uno

⁴⁷ *Ídem*

⁴⁸ <https://twitter.com/SalmaLuevano/status/1540873269884162051>

⁴⁹ <https://twitter.com/SalmaLuevano/status/1541174041817411584>

⁵⁰ <https://twitter.com/SalmaLuevano/status/1541573794141200386>

⁵¹ Mario Delgado Presidente Nacional de MORENA, Citlalli Hernández Secretaria General de Morena, Olga Sánchez Cordero Presidenta de la Mesa Directiva del Senado, Andrés Manuel López Obrador Presidente de México.

tiene intenciones distintas a las de celebrar, conmemorar y exigir sobre los derechos de la Comunidad LGBTTTTIQ+

Con respecto a la mercantilización de la Marcha del Orgullo LGBTTTTIQ+ el Comité IncluyeT acusa a agentes externos de comercializarla y acusa directamente a la Secretaria de Cultura Capitalina del apoyo logístico que se le dio a otro grupo para montar otro escenario en el Zócalo. En la Página de internet de la Secretaria de Cultura en el apartado de comunicación no existe ningún posicionamiento al respecto.

8.0 El Carnaval de las Marcas en la Marcha XLIV del Orgullo LGBTTTTIQ+ ⁵²

Como lo analizamos en el marco histórico, a partir de la aparición de la pandemia de COVID-19 y la realización de la marcha digital (en sus dos ediciones XLII y XLIII) las marcas se posicionaron significativamente en el desarrollo de la misma dando como resultado que en la edición número XLIV su presencia fuera uno de los actores principales del recorrido.

El Comité IncluyeT en su comunicado del día 14 de junio de 2022 denomina a las marcas participantes como *colaboradores de empresas* y las divide en dos grupos: Marca Aliada Principal y Marca Aliada. En la página oficial de la edición número XLIV de la Marcha no se aluden a los patrocinadores como en ediciones anteriores (edición XL) las menciones de las marcas se hacen directamente en redes sociales y en la transmisión digital que por tercer año consecutivo fue realizada y difundida por Canal 11, Tik Tok, Facebook y YouTube⁵³

⁵² “El Carnaval de las Marcas” título sugerido por el Dr. Bruno Lutz

⁵³ En las 11 horas de transmisión en vivo los conductores del evento mencionan alrededor de 90 veces lo importante del apoyo de las marcas para la realización de la transmisión y de la marcha en general.

<https://www.youtube.com/watch?v=K-ktKlqmPfU&t=40011s>

Cuadro 3 Marca principal y aliadas

Marca Principal	Marcas Aliadas	Marcas Aliadas para la Transmisión Digital
	Guess	YouTube
	Meta	Escandala
TikTok	Teleperformance	Los 40
	Warner Music	Homosensual
	American Express	

Elaboración propia. Fuente: Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ 25 de junio de 2022.

Durante nuestro recorrido de diez horas observamos que insertados en la marcha participaban empleados de las diversas marcas que se inscribieron para participar en los contingentes a pie, este registro se tenía que realizar en la página oficial de la Marcha⁵⁴ rellenando un formulario de Google, las opciones que había que contestar en el formulario eran: Correo, ¿A quién representa tu contingente? Las opciones eran: Organización de la Sociedad Civil, iniciativa Privada, Iniciativa Pública, Independiente y Otra. Nombre de la Organización, iniciativa o grupo que representará a pie, Número aproximado de personas participantes en el contingente, Nombre de la persona responsable del contingente, Número telefónico, Sitio web del contingente, Facebook, Instagram, Twitter, Tik Tok y Breve semblanza de la organización. En el trayecto de la caminata, los negocios homosexualizaron sus fachadas haciendo alusión a la Diversidad sexual y evidentemente para promocionar sus artículos o servicios. A continuación enlistamos las marcas observadas.

⁵⁴ Ver Anexo imagen A4, A5, A6, A7, A8.

Cuadro 4 Marcas visibilizadas en la Marcha del Orgullo número XLIV

MARCA	CARACTERÍSTICAS	OBSERVACIONES
7-Eleven	En Iconn definimos la diversidad como las características específicas que identifican a cada uno de nosotros: personalidades, estilos de vida, formas de pensar, experiencias laborales, origen étnico, raza, color, religión, género, identidad de género, orientación sexual, estado civil, edad, nacionalidad, discapacidad, entre otras diferencias. Nos esforzamos por atraer, desarrollar y retener una fuerza laboral tan diversa como los mercados en los que trabajamos, y por garantizar un ambiente de trabajo inclusivo que capitalice y complemente la fortaleza de nuestras diferencias ⁵⁵ .	En nuestro trayecto de la marcha observamos que todas las tiendas de conveniencia 7-Eleven homosexualizaron sus fachadas, (sobre Reforma Av. Juárez y Madero) ⁵⁶ . En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.
Banorte	Grupo financiero Banorte En su <i>política social</i> indica que promueven una cultura de no discriminación laboral hacia cualquier grupo de interés: origen étnico, edad, religión, personas con discapacidad, orientación sexual embarazo, creencias personales, condiciones de salud y libertad de trabajo. ⁵⁷	En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.
Bic Flex	En cuanto a los valores claves de la empresa se encuentran la diversidad y los derechos humanos y en su <i>Carta de la Diversidad BIC</i> , toman en cuenta todos los distintos tipos de diversidad: género, discapacidad, raza, etnia, edad, etc. ⁵⁸	En la marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ de la Ciudad de México contaron con un stand sobre la banqueta a un costado del Ángel de la Independencia en el cual repartían plumas (homosexualizadas) con la leyenda <i>Proud BIC ALLY</i> (orgullosos aliados Bic) y

⁵⁵ iconn. (2020). Código de Ética y conducta. agosto, 30 2022, de iconn Sitio web: <https://www.7-eleven.com.mx/images/pdf/iconn-codigo-etica.pdf>

⁵⁶ Ver imagen A9 en Anexos

⁵⁷ Grupo Financiero BANORTE. (2022). Política social. agosto 30, 2022, de Grupo Financiero Banorte Sitio web: https://www.banorte.com/cms/gfb/responsabilidadsocial/politica_social.pdf

⁵⁸ Bic. (2019). Nuestros Compromisos. agosto 30, 2022, de Bic Sitio web: <https://www.bicworld.com/es/nuestros-compromisos/unir-nuestro-gente-en-torno-valores-clave>

		maquillaban a las personas, también promocionaban un artículo para rasurar. ⁵⁹ En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.
Burger King	Burger King está comprometido con la creación y mantenimiento de un ambiente de trabajo positivo, libre de discriminación, acoso y represalias. Por tal motivo, nuestra organización no acepta ningún tipo de comportamiento discriminatorio por razón de raza, etnia, género, religión, orientación sexual, afiliación sindical, ideas políticas, situación familiar o discapacidad, ni ningún tipo de acoso verbal o físico. ⁶⁰	Observamos como la tienda de comida rápida Burger King homosexualizó sus fachadas y en la compra de su comida te regalaban una corona de cartón alusiva a la marcha ⁶¹ . En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.
Cinépolis	En su código global de conducta y ética empresarial Cinépolis enuncia que tiene cero tolerancia ante cualquier acto de discriminación, hostigamiento, violencia, que atente contra los derechos humanos así como cualquier conducta que se encuentre prohibida por la legislación aplicable con respecto a la raza, religión, género, orientación sexual, origen étnico, nacionalidad, edad, embarazo, discapacidad o cualquier otra ⁶² .	En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.
Citibanamex	El banco informa que procura un ambiente de trabajo en el que se valora y fomenta la diversidad, el trato respetuoso y digno y la cultura de meritocracia. Se valoran la innovación y el espíritu emprendedor y se	Durante el trayecto de la marcha algunos de los empleados con playeras del logotipo del banco homosexualizado, nos dijeron que estaba prohibido tomarles fotografías al contingente, al cuestionar la razón del por qué

⁵⁹ Ver imagen A10 y A11 en Anexos

⁶⁰ Código de Conducta y de ética empresarial. (2016, junio). BK SPAIN. <file:///C:/Users/DELL/Downloads/CC.pdf>

⁶¹ Ver imagen A12 en Anexos

⁶² Cinépolis. (2022) CÓDIGO GLOBAL DE CONDUCTA Y ÉTICA EMPRESARIAL agosto 29, 2022, de Cinépolis Sitio web: <https://static.cinepolis.com/documentos/codigo-de-conducta-co.pdf>

	<p>alienta a los colaboradores a cumplir con sus metas profesionales y personales, sin distinción de género, raza, edad o cualquier otra condición. Cuenta con una red de empleados “Citi Orgullo LGBTI” y también para incrementar la satisfacción de sus empleados el apoyo con la ayuda de cambio de identidad de género⁶³.</p>	<p>nos dijeron que no podían dar información. El banco sí cuenta con un comunicado oficial con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGTTTIQ+ 2022.</p>
Google	<p>En su código de conducta en el apartado de derechos humanos y laborales se informa que sus colaboradores deben de recibir un trato justo, no discriminatorio, diverso e inclusivo. No se discriminan en la selección, la contratación o las prácticas laborales en función de raza, color de piel, edad, sexo, género, identidad de género, expresión de género, orientación sexual, estado civil, origen étnico, nacionalidad, casta, discapacidad, información genética, condición médica, embarazo, religión, afiliación política, afiliación sindical, condición de veterano de guerra cubierta o arte corporal.⁶⁴</p>	<p>Iniciando el mes de junio la marca homosexualiza su logotipo en el buscador y el día 28 de junio alteran temporalmente el logotipo con un doodle alusivo al día del orgullo LGTTTIQ+.</p>
Hotel Marriot	<p>Siempre se debe tratar a los clientes con equidad y respeto.⁶⁵</p>	<p>Durante la marcha homosexualizaron su fachada, sin embargo no cuentan en su página oficial con algún código de ética, social o de conducta⁶⁶. En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGTTTIQ+ 2022.</p>

⁶³ CITIBANAMEX. (2016). COMPROMISO CITIBANAMEX. agosto 30, 2022, de CITIBANAMEX Sitio web: <https://www.banamex.com/resources/pdf/es/compromisosocial/citibanamex2016.pdf?ieNocache=117>

⁶⁴ Google. (2022). Código de conducta del proveedor Google. agosto, 31 2022, de Google.org Sitio web: https://about.google/intl/ALL_mx/supplier-code-of-conduct/#:~:text=C%C3%B3digo%20de%20Conducta%20de%20Proveedores,que%20protejan%20el%20medio%20ambiente

⁶⁵ Aids Healthcare Foundation (AHF). (2022). CONOCE AHF. agosto 29, 2022, de AHF MÉXICO Sitio web: www.pruebadevih.com.mx

⁶⁶ Ver imagen A13 en Anexos

<p>Johnson&Johnson</p>	<p>En Johnson & Johnson creemos en el poder de las personas y valoramos una cultura globalmente diversa e inclusiva, basada en los comportamientos éticos, el respeto y la integridad inherentes a Nuestro Credo. Un personal comprometido, diverso y con alto desempeño entenderá y abordará mejor los desafíos y necesidades a los que se enfrentan pacientes, clientes, profesionales del cuidado de la salud y comunidades.⁶⁷</p>	<p>Particularmente este contingente se comportó de manera agresiva al negarnos que se les tomaran fotografías, haciendo un cerco al personal extranjero que marchaba en el contingente.⁶⁸ En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.</p>
<p>Kleenex</p>	<p>En su código de ética en el apartado de derechos humanos informan que no aceptan la discriminación en el empleo y en la ocupación, hostigamiento e intimidación contra cualquier persona por su edad, raza, discapacidad, nacionalidad, religión, género, orientación sexual o afectiva, identidad de género, apariencia, afiliación política y estado civil, contra de nuestros colaboradores o terceros.⁶⁹</p>	<p>Con la marca Kleenex la empresa lanzó un papel higiénico en apoyo a Casa Frida, esta se dedica a rescatar y brindar apoyo y alojamiento a personas de la comunidad LGBTTTIQ+ que huyen de situaciones extremas⁷⁰. En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.</p>
<p>Oxxo</p>	<p>Mostramos una conducta leal, respetuosa, diligente y honesta. Respetamos la dignidad de las personas, su libertad y su privacidad. No permitimos las</p>	<p>Durante el recorrido de la marcha encontramos únicamente 3 Oxxo's, los cuales sus fachadas estaban homosexualizadas⁷². En redes sociales y en su página oficial</p>

⁶⁷ Código de conducta empresarial. (s. f.). Johnson&Johnson. Recuperado 31 de agosto de 2022, de <https://www.jni.com/code-of-business-conduct/spanish#:~:text=Debemos%20mantener%20en%20buen%20estado,Debemos%20experimentar%20con%20nuevas%20ideas>.

⁶⁸ Ver imagen A14 en Anexos

⁶⁹ Kimberly-Clark de México. (2021). Código de Ética. agosto 31, 2022, de Kimberly-Clark de México Sitio web: <https://www.kimberly-clark.com.mx/data/2021/pdf/CODIGOETICA2021KCMFIN.pdf>

⁷⁰ Ver imagen A15 en Anexos

⁷² Ver imagen A16 en Anexos

	<p>conductas verbales, físicas o visuales que atenten contra la dignidad y el respeto. Estamos comprometidos a promover y a conservar un ambiente de trabajo en el que se condena, prohíbe y reporta todo tipo de acoso, violencia y hostigamiento o cualquier otra actividad que atente contra la dignidad y respeto de nuestros colaboradores⁷¹.</p>	<p>no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.</p>
Sanborns	<p>Todas las personas merecen un trato digno, independientemente de su sexo, edad, nivel jerárquico, convicción personal o cualquier otra circunstancia o característica⁷³.</p>	<p>En nuestro recorrido Sanborns de los azulejos sacó afuera de su tienda un stand con bebidas alcohólicas para su venta⁷⁴. En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.</p>
Scotiabank	<p>Scotiabank está comprometido a cumplir con el espíritu y la intención de la Ley de Derechos Humanos Canadiense y otras leyes sobre derechos humanos y contra la discriminación, El acoso, incluyendo el acoso sexual, es una forma de discriminación. Acoso significa cualquier conducta, comentario, gesto o contacto relacionado a razones de discriminación prohibidas⁷⁵</p>	<p>Durante el recorrido este contingente fue uno de los más participativos he inclusive repartían folletos que hablaban de sus políticas inclusivas en la empresa⁷⁶. En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación en la marcha XLIV del orgullo LGBTTTIQ+ 2022.</p>
Starbucks Café	<p>Los valores centrales de Starbucks exigen el cumplimiento de la ley, además de una conducta ética Starbucks. La diversidad Starbucks crea y estimula de forma activa un entorno que</p>	<p>En nuestro recorrido observamos 2 Starbucks Café homosexualizados.⁷⁸ En redes sociales y en su página oficial no existe ningún comunicado con respecto a su participación</p>

⁷¹ Código de ética Femsa. (2019). FEMSA COMERCIO. Recuperado 30 de agosto de 2022, de http://assets.ctfasets.net/2mjmr8sizanr/4H6OMOCgHQOoKgOKmUe2iC/7abb91b7cd04324d2f5ade58b1a5ee67/Codigo_de_Etica_FEMSA_2019.pdf

⁷³ Código de Ética. (s. f.). RHS Dirección de Recursos Humanos SEARS. Recuperado 30 de agosto de 2022, de <http://www.gsanborns.com.mx/pdf/gobierno-corporativo/Codigo-de-etica-Sears.pdf>

⁷⁴ Ver Imagen A17 en Anexos

⁷⁵ Código de Conducta Scotiabank. (s. f.). Scotiabank. Recuperado 31 de agosto de 2022, de https://scotiabankfiles.azureedge.net/scotia-bank-mexico/spanish/pdf/acerca-de/quienes-somos/guidelinesbizconduct_mex-240708.pdf

⁷⁶ Ver imagen A18 A19 en Anexos

⁷⁸ Ver imagen A20 en Anexos

	<p>incluya a todas las personas y sus habilidades, puntos fuertes y diferencias particulares, y promueve la diversidad como una ventaja comercial competitiva y estratégica de la compañía. “Respetamos la diversidad entre nosotros, nuestros clientes y proveedores, y entre todos aquellos con quienes nos relacionamos.”⁷⁷</p>	<p>en la marcha XLIV del orgullo LGBT+ 2022.</p>
Uber	<p>Cuentan con una política de no discriminación en la cual enuncian que Uber y sus afiliados prohíben la discriminación contra los pasajeros o conductores con base en su raza, religión, nacionalidad, discapacidad, orientación sexual, género, estado civil, identidad de género, edad o cualquier otra característica protegida conforme a la ley federal o estatal correspondiente.⁷⁹</p>	<p>Todo el mes de junio su logotipo tanto en la aplicación como en su página de internet y redes sociales aparece homosexualizado.</p>
Walmart	<p>En su código de conducta cuenta con una Política Global de Prevención de Acoso y Discriminación en la cual comunica que no tolera la discriminación basada en las características de las personas como son: raza. Color ascendencia, sexo estado militar, orientación sexual, identidad o expresión de género entre otros.⁸⁰</p>	<p>Cabe destacar que en la marcha los integrantes del contingente fueron los más colaborativos al permitir tomar fotografías de sus playeras, gorras y gafetes de identificación todos ellos homosexualizados.⁸¹ Al pedir información sobre algún comunicado con respecto a su aparición en la marcha (debido a que fue uno de los contingentes más grandes) la empresa negó cualquier tipo de entrevista con el argumento que no proporcionaban entrevistas para escuelas y que toda la información aparecía en su</p>

⁷⁷ Ética Comercial y Cumplimientos. (s.f.). Starbucks. Recuperado 30 de agosto de 2022, de <https://globalassets.starbucks.com/assets/2435d3294e3a4a39ba334580d2c1618f.pdf>

⁷⁹ Uber. (2020). Política de no discriminación de Uber. agosto 31, 2022, de Uber Sitio web: <https://www.uber.com/legal/es/document/?name=non-discrimination-policy&country=mexico&lang=es>

⁸⁰ Walmart. (2021). Código de Conducta. agosto 31, 2022, de Walmart de México y Centroamérica Sitio web: https://files.walmex.mx/assets/files/Resp.%20Corporativa/Descargables/ESP/Walmex_Codigo_de_Conducta_2021.pdf

⁸¹ Ver imagen A21, A22 y A23 en Anexos

		código de ética y en el perfil de LinkedIn.
--	--	---

Elaboración propia. Fuente: Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ 25 de junio de 2022.

Observación participante y códigos de conducta o ética de las distintas empresas.

Analizamos que la gran mayoría de las marcas cuentan con un código de ética o conducta el cual parece ser calcado de empresa a empresa inferimos que esto se debe a las políticas de inclusión y derechos humanos globalizadas, ya que muchas de estas empresas cuentan con negocios en todo el mundo. Salvo Citibanamex ninguna marca cuenta con un comunicado oficial sobre su participación en la marcha número XLIV del orgullo LGBTTTIQ+.

9.0 Conclusiones

Con respecto a la mercantilización de la marcha LGBTTTIQ+ en su edición número XLIV analizamos que ha dejado de ser una protesta social para convertirse en una celebración (Carnaval) dejando de lado las consignas características de la demanda social, dando paso a otro tipo de manifestaciones como el baile, la exposición de los cuerpos, la fiesta y a partir de las marchas digitales debido a la pandemia por COVID-19 un incremento considerable en la visibilización de las empresas con el objetivo de que los asistentes asuman que son marcas que empatizan con la comunidad homosexual y completar un ciclo de visibilización/consumo.

No cabe duda que gracias a las movilizaciones, la comunidad homosexual en la Ciudad de México ha logrado grandes avances con respecto a los derechos adquiridos, y también a la voluntad política de las distintas legislaturas, al apoyo de una parte de la sociedad civil y al gran compromiso de los distintos colectivos, que en el transcurso del tiempo han presionado al aparato gubernamental, al legislativo y judicial para evidenciar la falta de derechos, la discriminación y las agresiones hacia la comunidad LGBTTTIQ+. Con respecto a la mercantilización de la Marcha puntualizaremos sobre el papel de las empresas, las marcas y su visibilización, nos es necesario contrastar las manifestaciones LGTB⁸² que se dan en las distintas provincias en España y la de la Ciudad de México.

En Cataluña la manifestación está organizada en su totalidad por la Asociación Catalana de Empresas para LGTB (ACEGAL), en Barcelona el Pride que se denomina “desfile” es particularmente comercial, la manifestación de Madrid es una de las más numerosas en Europa convocada por la ONG COGAM (colectivo LGTB de Madrid) integrado por más de 400 socios (Enguix, 2017) cuenta con una junta directiva y vocalías, así como un equipo técnico y de gestión.⁸³

⁸² En España se le denomina movimiento LGTB Lésbico, Gay, Transexual y Bisexual.

⁸³ Colectivo LGTB de Madrid. (2022). *Qué es COGAM*. septiembre 18, 2022, de Colectivo LGTB de Madrid Sitio web: <https://cogam.es/que-es-cogam/>

Cabe destacar que en las provincias mencionadas el apoyo del gobierno está presente en las manifestaciones sociales. En la Ciudad de México observamos que los organizadores han sido distintos, en los últimos años el comité IncluyeT ha tomado las riendas de la organización de la manifestación dejando más dudas y preguntas debido a que no cuenta con una página en internet, tampoco con una dirección o un teléfono, no existe forma alguna de conversar con los integrantes del comité, desconocemos si existe una junta directiva o vocalías como en el comité de Madrid. Al revisar el video de la conferencia de prensa de la Marcha del Orgullo LGTTTTIQ+ número XLIV reconocimos a dos de los integrantes (una actriz y un periodista) enviamos mensajes en sus redes sociales para solicitar una entrevista, sin obtener resultado alguno.

La relación del comité organizador, el Gobierno de la Ciudad de México, la Marca Aliada Principal y las Marcas Aliadas están llenas de claroscuros y dejan una pregunta abierta ¿existe alguna relación de beneficio económico entre el Comité IncluyeT, las Marcas Aliadas y el Gobierno Capitalino?

Con respecto a la visibilización de algunas de las marcas en la Marcha del Orgullo LGTTTTIQ+ en la Ciudad de México se presentan con el afán de vender sus artículos o servicios incurriendo en la práctica del pinkwashing. Algunas otras marcas tienen un compromiso social y trascienden más allá de las estrategias de mercado (vender, vender). Aunque hay que reconocer que el poder adquisitivo de la comunidad LGTTTTIQ+ es muy importante y existen encuestas específicas para medir la posición económica y la capacidad de compra de la comunidad.

Para finalizar desde nuestro punto de vista lo imperativo es que continúe la manifestación social sin importar si es un carnaval o una marcha, si las marcas están presentes en mayor o menor grado, ya que los derechos adquiridos hasta el momento han sido obtenidos en su gran mayoría debido a las manifestaciones que año tras año se realizan (desde la primera manifestación reprimida por la policía, pasando por la lucha por el reconocimiento de sus derechos, por las marchas digitales y el incremento de la inserción de las marcas) en una de las avenidas más importantes e icónicas de la Ciudad de México. Creemos que si se perdiera o

debilitara la costumbre de marchar el último fin de semana del mes de junio se correría un gran riesgo con respecto a los derechos de la comunidad LGTBTTIQ+.

10.0 Glosario

Asexual: Orientación sexual de una persona que no siente atracción erótica hacia otras personas. Puede relacionarse afectiva y románticamente. No implica necesariamente no tener libido, o no practicar sexo, o no poder sentir excitación. (Discriminación, 2016)

Bisexualidad: Capacidad de una persona de sentir una atracción erótica afectiva por personas de un género diferente al suyo y de su mismo género, así como la capacidad de mantener relaciones íntimas y sexuales con ellas.⁶ Esto no implica que sea con la misma intensidad, al mismo tiempo, de la misma forma, ni que sienta atracción por todas las personas de su mismo género o del otro.

Cisgénero: Se refiere a que el sexo asignado al nacer y la identificación de la persona con este coinciden plenamente. Lo anterior es independiente de la preferencia sexual.

Diversidad sexual y de género: Hace referencia a todas las posibilidades que tienen las personas de asumir, expresar y vivir su sexualidad, así como de asumir expresiones, preferencias u orientaciones e identidades sexuales. Parte del reconocimiento de que todos los cuerpos, todas las sensaciones y todos los deseos tienen derecho a existir y manifestarse, sin más límites que el respeto a los derechos de las otras personas.

Gay: Hombre que se siente atraído erótico afectivamente hacia otro hombre. Es una expresión alternativa a “homosexual” (de origen médico). Algunos hombres y mujeres, homosexuales o lesbianas, prefieren el término gay, por su contenido político y uso popular.

Gay-Friendly: Hace referencia a las empresas o servicios inclusive políticas gubernamentales que son amigables con la comunidad LGBT

Heterosexualidad: Capacidad de una persona de sentir atracción erótica afectiva por personas de un género diferente al suyo, así como la capacidad de mantener relaciones íntimas y sexuales con ellas.

Homosexualidad: Capacidad de cada persona de sentir una atracción erótica afectiva por personas de su mismo género, así como la capacidad de mantener relaciones íntimas y sexuales con estas personas.

Lesbiana: Mujer que se siente atraída erótica y afectivamente por mujeres. Es una expresión alternativa a “homosexual”, que puede ser utilizada por las mujeres para enunciar o reivindicar su orientación sexual.

LGBTI: Siglas para referirse a las personas lesbianas, gays, bisexuales, trans e intersexuales.

Pansexualidad: Capacidad de una persona de sentir atracción erótica afectiva hacia otra persona, con independencia del sexo, género, identidad de género, orientación sexual o roles sexuales, así como la capacidad de mantener relaciones íntimas y/o sexuales con ella.

pinkwashing: Viene de las palabras inglesas *Pink*, color rosa, y de *whitewash*, blanquear o encubrir. Es un lavado de cara “rosa”, que en el contexto de los derechos LGBTIQ+, son estrategias políticas i de marketing que tienen como objetivo promocionar instituciones, países, personas, productos o empresas para mostrarlas como simpatizantes del movimiento LGBTIQ+ y así mostrar una imagen progresista, moderna, inclusiva y tolerante.

El origen de este término se remonta a los años 90 cuando varias empresas decidieron tomar el color rosa, símbolo de la lucha contra el cáncer de mama, para vender más y mejor sus productos durante el mes de mayo. De este modo, la Breast Cancer Action acuñó este término para denunciar y señalar aquellas empresas que aseguraban apoyar a las mujeres con cáncer de mama, cuando lo que en realidad querían conseguir con su estrategia eran mayores beneficios incorporando a su publicidad una causa benéfica.

Queer: Las personas queer, o quienes no se identifican con el binarismo de género, son aquellas que además de no identificarse y rechazar el género socialmente asignado a su sexo de nacimiento, tampoco se identifican con el otro género o con

alguno en particular. Dichas personas pueden manifestar, más que identidades fijas, expresiones y experiencias que: 1) se mueven entre un género y otro alternativamente; 2) se producen por la articulación de los dos géneros socialmente hegemónicos; 3) formulan nuevas alternativas de identidades, por lo que no habría, en sentido estricto, una transición que partiera de un sitio y buscara llegar al polo opuesto, como en el caso de las personas transexuales. Las personas queer usualmente no aceptan que se les denomine con las palabras existentes que hacen alusión a hombres y mujeres, por ejemplo, en casos como “todos” o “todas”, “nosotros” o “nosotras”, o profesiones u oficios (doctoras o doctores), entre otras situaciones sino que demandan —en el caso del idioma español— que en dichas palabras, la última vocal (que hace referencia al género) se sustituya por las letras “e” o “x”, por ejemplo, “todes” o “todxs”, “nosotrxs”, “doctorxs”, etc.

Trans: Término paraguas utilizado para describir diferentes variantes de transgresión/transición/reafirmación de la identidad y/o expresiones de género⁴⁸ (incluyendo personas transexuales, transgénero, travestis, drags, entre otras), cuyo denominador común es que el sexo asignado al nacer no concuerda con la identidad y/o expresiones de género de la persona. Las personas trans construyen su identidad de género independientemente de intervenciones quirúrgicas o tratamientos médicos. Sin embargo, estas intervenciones pueden ser necesarias para la construcción de la identidad de género de las personas trans y de su bienestar.

Transexual: Las personas transexuales se sienten y se conciben a sí mismas como pertenecientes al género y al sexo opuestos a los que social y culturalmente se les asigna en función de su sexo de nacimiento, y que pueden optar por una intervención médica —hormonal, quirúrgica o ambas— para adecuar su apariencia física y corporalidad a su realidad psíquica, espiritual y social.

Transgénero: Las personas transgénero se sienten y se conciben a sí mismas como pertenecientes al género opuesto al que social y culturalmente se asigna a su sexo de nacimiento, y quienes, por lo general, sólo optan por una reasignación hormonal —sin llegar a la intervención quirúrgica de los órganos pélvicos sexuales

internos y externos— para adecuar su apariencia física y corporalidad a su realidad psíquica, espiritual y social.

Travesti: Las personas travestis, en términos generales, son aquellas que gustan de presentar de manera transitoria o duradera una apariencia opuesta a la del género que socialmente se asigna a su sexo de nacimiento, mediante la utilización de prendas de vestir, actitudes y comportamientos.

CONTRA LA PRACTICA DEL CIUDADANO COMO BOTIN POLICIACO

De modo permanente, aunque con periodos intensivos, varias de las policías metropolitanas se han especializado en verdaderas batidas indiscriminadas en las cuales se lesiona con brutalidad los más elementales derechos ciudadanos. Los pretextos frecuentes: disidencia política o disidencia sexual; por "subvivos" o por homosexuales. Tratándose de esto último, lo más frecuente es el asalto de transeúntes a los que se intimidan y despoja.

En cualquier caso, no se deja siquiera el último recurso de la denuncia ante instancias superiores que pudieran poner fin, o al menos, reparasen en lo posible los atropellos, pues rara vez se da curso a una demanda, convirtiéndose en casi letra muerta los instrumentos legales creados para defensa del individuo ante el poder público: orden de aprehensión, amparo, demanda, etcétera.

La complacencia con que las autoridades aceptan la conducta de sus subordinados (cuando no participan directamente en estas numerosas infracciones del orden legal), ha mantenido un peligroso clima de inestabilidad que necesariamente afecta el ejercicio de las libertades ciudadanas; libertades

cuya vigencia, en esferas gubernamentales superiores, se declara indudable; tanto, que aun se les exige y pregona a otros países dicho "respeto democrático"

Nunca se repetirá suficientemente que los abusos de autoridad afectan a todos los ciudadanos y no sólo a los que directamente los sufren. Es evidente que las detenciones ilegales (el ciudadano como botín) las razias policíacas, la violación de domicilios, los golpes (y/o las torturas) a los detenidos y aun el asesinato de los mismos, la muy común extorsión y la irrupción violenta en lugares públicos con los consiguientes arrestos o encarcelamientos, deterioran y ridiculizan las garantías que el poder público le reconoce a la sociedad, conducen al sometimiento de la conciencia ciudadana y no hay mal que tolerado o auspiciado no se incremente a la multiplicación del exceso y el abuso de la policía. El resultado: suspicacia, odio, desconfianza ante los representantes de la autoridad. De ahí a empezar a tomarse lo que cada quien entiende por "justicia" en las manos no hay sino un paso.

Si ninguna aprehensión ilegal se justifica, mucho menos puede

aceptarse la continuidad exacerbada de la práctica de encarcelar a quienes no cometen delito alguno pero a quienes se les supone -generalmente con fines de chantaje inmediato- una determinada opción sexual. En México, la homosexualidad no constituye delito cuando se da en privado y entre adultos consensuales. De aquí se deriva que es posible acusar a una persona de violación o corrupción, mas no de ser homosexual, como no se le puede "acusar" de ser rubio, alto, zurdo o guapo, condiciones tal vez menos frecuentes que la de homosexual.

Por otra parte, la represión policíaca produce un mal aún mayor en el seno de la sociedad: acrecienta la inseguridad ciudadana en primer término, alienta la paranoia anticomunista, o, en un caso no infrecuente, la homofobia, el odio irracional contra quienes practican (o se quiere suponer que practican, para mejor robarlos) una conducta sexual minoritaria. Por lo demás, está ampliamente probado que, entre otras cosas, la homofobia conduce a crímenes y violencia.

Un reciente caso de intolerancia lo vimos a las puertas mismas del

auditorio donde se llevaron a cabo las sesiones del Año Internacional de la Mujer. Por esta vez no hubo sino un grupo pagado que portaba carteles insultantes y calumnias contra las mujeres homosexuales; pero es muy fácil llegar a otras acciones: el paso de la agresión verbal o escrita a la física suele ser instigado por las autoridades que permiten y llevan a cabo la continua violación de los derechos ciudadanos. Son esta participación y esta complicidad las que ayudan a promover los crímenes que luego dicen perseguir. Este círculo vicioso debilita cada vez más los derechos, garantías y libertades consagrados en la Constitución General de la República para defensa de los individuos. Por eso se puede afirmar que quien justifica tales procedimientos policíacos cuando no se afecta directamente a sus intereses, abre también el paso a la represión de otros grupos vulnerables, como son aquellos comprometidos en la creación de un partido político, un sindicato independiente o cualquiera otra opción democrática, pues estos grupos, en las circunstancias actuales, siempre serán minoritarios y perseguidos.

México, D.F., julio de 1975.

- Juan Rullo
- Arturo Azuela
- José Revueltas
- Elena Poniatowska
- Salvador Elizondo
- Gustavo Sáinz
- Héctor Valdés
- Luis Rius
- José Blanco
- Arnaldo Córdova
- Carlos Pereyra
- Carmen Fabregat
- Eliezer Morales
- Pablo Pascual
- Pablo Gómez
- Joel Ortega
- Sección Psicología del
Sindicato del
Personal Académico
- de la UNAM (SPAUNAM)
- Selma Beraud
- Neus Espresate

- Carlos Monsiváis
- Germán Castillo
- Sergio Jiménez
- René Villanueva
- Manuel Felguérez
- Margarita Peña
- César Bono
- James Fortson
- Guillermo Mendizábal Lizalde
- Luis González de Alba
- Jorge del Valle
- Santiago Ramírez
- Jorge Castell
- Norma de los Ríos Méndez
- Luis Carrasco
- Rolando Cordera C.
- Héctor Manuel Cappello
- Beatriz Bueno
- Emilio Carballido
- Ernesto Bañuelos
- Gustavo Torres Cuesta
- Doctor Alberto Cuevas Novelo

- Ofelia Guilmain
- Mario Oropeza
- Juan Antonio Yáñez
- Antulio Jiménez Pons
- Guillermo Barclay
- Roberto Escudero
- Manuel Fernández Perera
- Margarita García Flores
- Jorge Estévez
- Héctor Aguilar Camín
- José Ma. Pérez Gay
- Jorge Ayala Blanco
- Paul Ledne
- Jorge Molina A.
- Germán Alvarez
- Karin Wriedt R.
- Luis Cáseres A.
- José Joaquín Blanco
- Eduardo Hurtado M.
- Héctor Bonilla
- Gabriel Zaid
- Nancy Cardenas

- Ofelia Medina
- Ma. Luisa (China) Mendoza
- Marcela Fernández
- Pilar Souza
- Alejandro Luna
- Carmen Salinas
- Juan Cejudo Gómez
- Maka Strauss
- Josefina Solares
- Ricardo Regazzoni
- Ignacio Hernández
- Rafael López Miarnau
- Ema Teresa Armendáriz
- León Singer
- Mario Castellón Bracho
- Luisa Huertas
- David Ramón
- Mauricio Peña
- Miguel Flores
- Gustavo Vasconcelos
- María Luisa Garza



Marcha Gay 2014 Mexico



Imagen A2

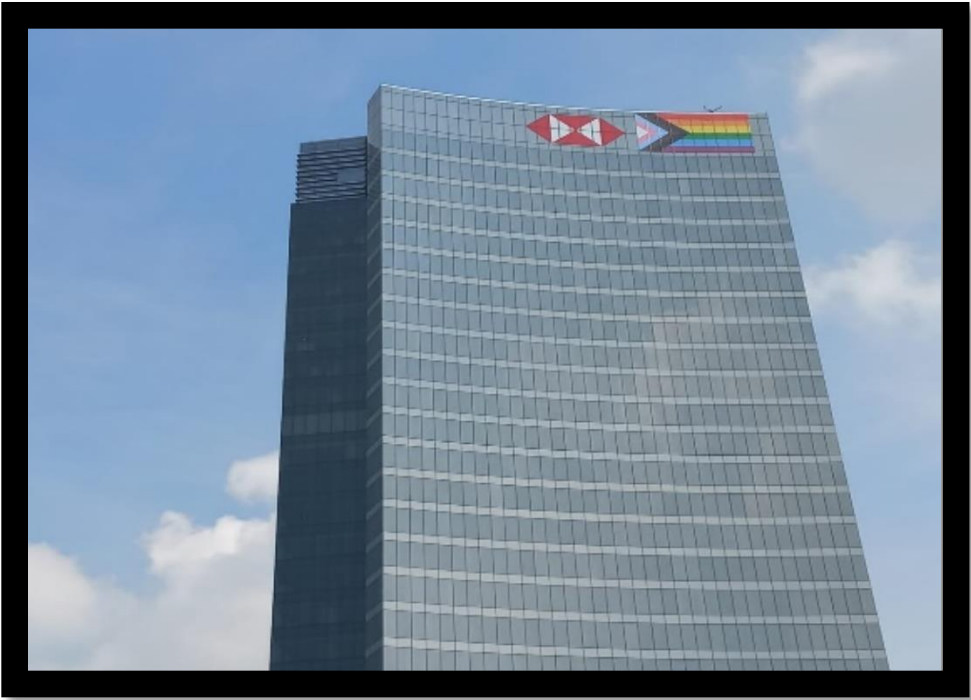


Imagen A3

MARCHA DEL ORGULLO LGBTTTIQ+ CDMX

Registro de Contingentes

A P I E

Registro de Contingentes a Pie

Bienvenido al formulario de Registro de Automotores de la XLIV Marcha del Orgullo LGBTTTIQ+ de la CDMX. Si bien todos tenemos mucha emoción por regresar a las calles, el orden y la seguridad de quienes participan en la marcha y el bienestar de nuestra comunidad.

Te pedimos que nos compartas la siguiente información para poder avanzar en el registro de tu contingente a pie.

abi.lopezcruz20@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

***Obligatorio**

Correo *

Tu dirección de correo electrónico

¿A quién representará tu contingente? *

Imagen A4

¿A quién representará tu contingente? *

Elige

- Organización de la Sociedad Civil
- Iniciativa Privada *
- Iniciativa Pública
- Independiente
- Otra *

participantes en el contingente.

Tu respuesta

Nombre completo de la persona responsable del contingente *

Tu respuesta

Imagen A5

Correo Electrónico *

Tu respuesta

Número de teléfono *

Tu respuesta

Sitio web del contingente (de contar con uno)

Tu respuesta

Facebook

Tu respuesta

Instagram

Tu respuesta

Twitter

Imagen A6

Correo Electrónico *

Tu respuesta

Número de teléfono *

Tu respuesta

Sitio web del contingente (de contar con uno)

Tu respuesta

Facebook

Tu respuesta

Instagram

Tu respuesta

Twitter

Imagen A7

Instagram

Tu respuesta

Twitter

Tu respuesta

TikTok

Tu respuesta

Breve semblanza de la organización *

Tu respuesta

Página 1 de 1

Enviar Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.
Este formulario se creó en madebyfelipa.com. [Notificar uso inadecuado](#)

Google Formularios

Imagen A8

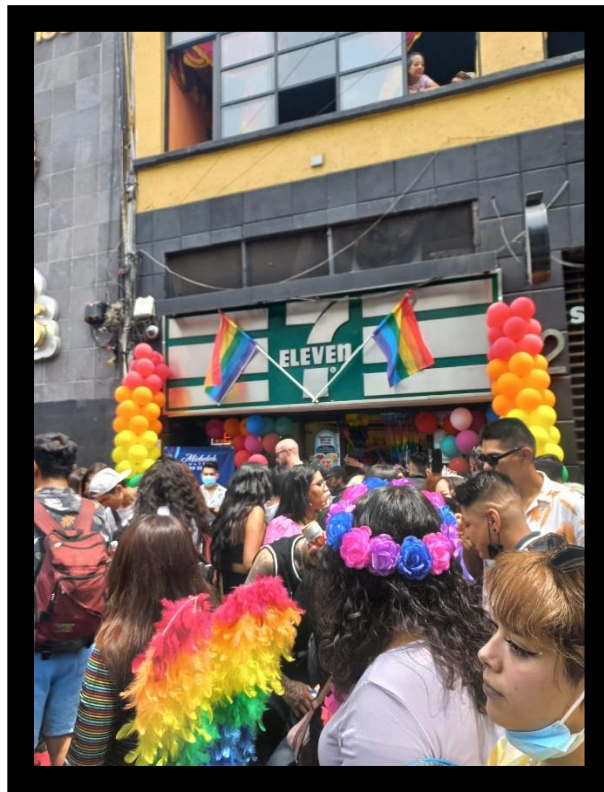


Imagen A9



Imagen A10



Imagen A11



Imagen A12



Imagen A13



Imagen A14



Imagen A15



Imagen A16

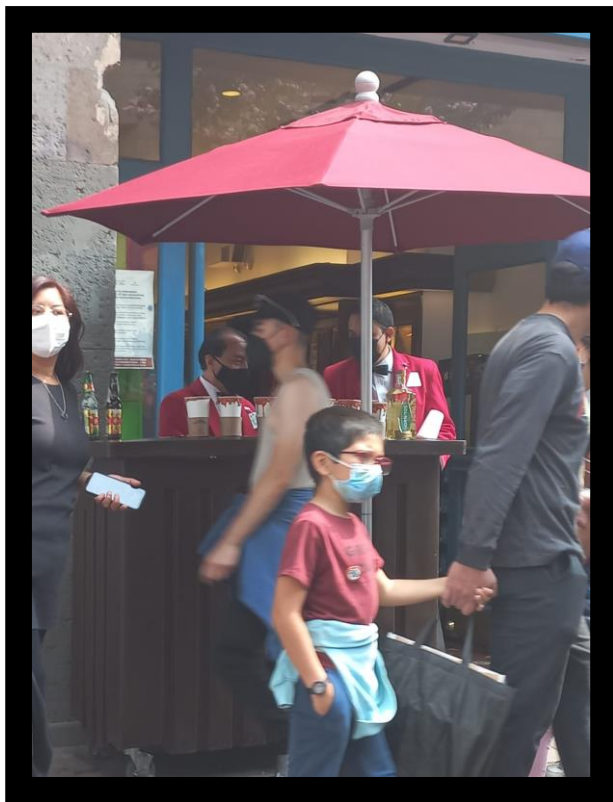


Imagen A17



Imagen A18



Imagen A19



Imagen A20



Imagen A21



Imagen A22



Imagen A 23

12.0 REFERENCIAS

ASAMBLEA LEGISLATIVA DEL DISTRITO FEDERAL, VII LEGISLATURA. (2017). *LEY DE SOCIEDAD DE CONVIVENCIA PARA LA CIUDAD DE MÉXICO*. agosto 13, 2022, de ASAMBLEA LEGISLATIVA DEL DISTRITO FEDERAL Sitio web: [https://congresocdmx.gob.mx/archivos/transparencia/LEY_DE SOCIEDAD DE CONVIVENCIA PARA LA CIUDAD DE MEXICO.pdf](https://congresocdmx.gob.mx/archivos/transparencia/LEY_DE_SOCIEDAD_DE_CONVIVENCIA_PARA_LA_CIUADAD_DE_MEXICO.pdf)

Barrón Gavito, Miguel Ángel (2010). *El baile de los 41: la representación de lo afeminado en la prensa porfiriana*. Historia y Grafía, (34), 47-76. [Fecha de Consulta 14 de junio de 2022]. ISSN: 1405-0927. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=58922689003>

CÓDIGO CIVIL PARA EL DISTRITO FEDERAL. (2020). *artículo 146*. agosto 15, 2022, de Diario Oficial de la Federación Sitio web: [https://paot.org.mx/centro/codigos/df/pdf/2021/COD CIVIL DF 09 01 2020.pdf](https://paot.org.mx/centro/codigos/df/pdf/2021/COD_CIVIL_DF_09_01_2020.pdf)

Comisión Nacional de Derechos Humanos. (2018). *Fallece Nancy Cárdenas Martínez Dramaturga, productora teatral y activista en defensa de los derechos homosexuales*. Junio 10, 2022, de Comisión Nacional de Derechos Humanos Sitio web: <https://www.cndh.org.mx/noticia/fallece-nancy-cardenas-martinez-dramaturga-productora-teatral-y-activista-en-defensa-de-los>

Congreso de la Ciudad de México I legislatura. (2019). *La Larga Marcha: Memoria política y legislativa por la lucha de los derechos de la comunidad LGBTTTI*. Ciudad de México: Comité de Asuntos Editoriales. Sitio web: https://www.congresocdmx.gob.mx/archivos/legislativas/LA_LARGA_MARCHA.pdf

Consejería Jurídica y Servicios Legales. Gaceta Oficial del Distrito Federal. (2015). *Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones del Código Civil para el Distrito Federal y del Código de Procedimientos Civiles para el Distrito Federal*. agosto 17, 2022, de Gobierno de la Ciudad de México Sitio web: https://data.consejeria.cdmx.gob.mx/portal_old/uploads/gacetas/7bb8a79364dfde1302011f559a62d207.pdf

Constitución Política de la Ciudad de México. (2017) Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública, Protección de Datos Personales y Rendición de Cuentas de la Ciudad de México. Recuperado de: https://infocdmx.org.mx/documentospdf/constitucion_cdmx/Constitucion_%20Politica_CDMX.pdf

Discriminación, C. N. (diciembre de 2016). *Glosario de la Diversidad sexual, de género y características sexuales*. México: CONAPRED.

Enguix, Begonya. (2017). *Protesta, mercado e identidad en las celebraciones del Orgullo LGTB en España*. *Convergencia*, 24(73), 165-186. Recuperado en 18 de

septiembre de 2022, de

http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-14352017000100165&lng=es&tlng=es.

González Pérez, María de Jesús (2005). *Marcha del orgullo por la diversidad sexual. Manifestación colectiva que desafía las políticas del cuerpo*. El Cotidiano, (131) ,90-97. [Fecha de Consulta 10 de Junio de 2022]. ISSN: 0186-1840. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32513111>

Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2021). *Encuesta Nacional sobre Diversidad Sexual y de Género (ENDISEG) 2021*. agosto 25, 2022, de INEGI Sitio web: <https://www.inegi.org.mx/tablerosestadisticos/lgbti/>

Jiménez, A. (enero-junio 2016). *LA MARCHA DEL ORGULLO LGBT DE CIUDAD DE MÉXICO*. Perspectivas Revista de Ciencias Sociales, 1, pp. 2-14. Sitio web: https://rephip.unr.edu.ar/bitstream/handle/2133/6601/SANDI_LA%20MARCHA%20DEL%20ORGULLO%20LGBT%20DE%20CIUDAD%20DE%20M%C3%89XICO.pdf?sequence=3&isAllowed=y#:~:text=1979%20%C2%A1No%20hay%20libertad%20pol%C3%ADtica,a%20la%20Plaza%20Carlos%20Finlay.

Lipovetsky, G. (2000). *La era del vacío*. septiembre 14, 2022, de EDITORIAL ANAGRAMA Sitio web: <http://catedradatos.com.ar/media/lipovetsky-La-era-del-vacio.pdf>

López, A., López, N., Tamayo, S. & Torres, R. (2010). Introducción en: *Yo no estuve ahí, pero no olvido. La protesta en estudio*. México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco. Sitio web: <https://redmovimientos.mx/wp-content/uploads/2020/10/Yo-no-estuve-ah%C3%AD-pero-no-olvido.pdf>

Miranda, M. (1970). *CARLOS MARX Y SU PENSAMIENTO EL MARXISMO VIVIENTE*. Potosí Bolivia: EDITORIAL UNIVERSITARIA. p. 18-19

Raschke, J. (1994). *Sobre el concepto de movimiento social*. julio 27, 2022, de Zona abierta 69 Sitio web: https://www.ses.unam.mx/docencia/2014II/Raschke1994_SobreElConceptoDeMovimientoSocial.pdf

Real Academia Española. (2022). *Definición de Carnaval*. agosto 10, 2022, de Real Academia Española Sitio web: <https://dle.rae.es/carnaval>

Real Academia Española. (2022). *Definición de Mercantilizar*. Agosto 20, 2022 de Real Academia Española Sitio web: <https://dle.rae.es/mercantilizar>

Real Academia Española. (2022). *OBSERVATORIO DE PALABRAS hashtag*. agosto 18, 2022, de Real Academia Española Sitio web: <https://www.rae.es/observatorio-de->

[palabras/hashtag#:~:text=La%20voz%20hashtag%20es%20un,y%20se%20escribe%20en%20cursiva.](#)

Real Academia Española. (2022). *Definición de Seducir*. septiembre 10, 2022, de

Real Academia Española Sitio web: <https://dle.rae.es/seducir>

Sorj, B. (2008) *Capitalismo, Consumo y Democracia: Procesos de Mercantilización/Desmercantilización en América Latina* agosto 20, 2022, de Instituto Fernando Henrique Cardoso y CIEPLAN. Sitio web: <https://fundacaofhc.org.br/files/papers/449.pdf>

Tilly, C. (MAYO-AGOSTO 1995). *Los movimientos sociales como agrupaciones históricamente específicas de actuaciones políticas*. sociológica, AÑO 10, NUMERO 28, 4. Sitio Web: <http://www.sociologicamexico.azc.uam.mx/index.php/Sociologica/article/view/667/640>

Touraine, A. (1997). Sujeto y movimiento social. En *¿Podemos vivir juntos?* (págs. 104-105). Frances: Fondo de cultura economica.