

Índice

Capítulo I: Introducción	
Tema de investigación.....	5
Fundamentación.....	7
Metodología.....	8
Objetivo general.....	10
Objetivos específicos.....	10
Capítulo II: Marco Teórico	
La sexualidad como construcción social.....	11
La cuestión homosexual y lésbica.....	12
¿Toleramos, aceptamos, integramos, incluimos o reconocemos?.....	15
¿Implica la ley de matrimonio igualitario una apertura social?.....	17
Capítulo III: La mercantilización de la homosexualidad	
La mercantilización de la homosexualidad.....	19
La cuestión gay.....	21
La estrategia <i>gay friendly</i> :: aplica caso práctico INPROTUR.....	23
Capítulo IV: La comercialización turística de la diversidad	
La estrategia <i>hetero friendly</i> :: aplica caso práctico del Gobierno de la CABA.....	25
Turismo LGBT.....	27
Demanda diversa.....	28
¿Turista gay o turista LGBT?.....	29
Capítulo V: Entrevistas	
Cuestionario.....	31
Resumen de las entrevistas.....	31
Conclusiones.....	39
Referencias bibliográficas.....	43