

# UACM

Universidad Autónoma  
de la Ciudad de México

---

*Nada humano me es ajeno*

**Licenciatura en Comunicación y Cultura.**

**“Vivir sin homofobia, una propuesta a favor de la diversidad sexual”**

**Trabajo recepcional para obtener el  
título de Licenciado en Comunicación y Cultura.**

**P R E S E N T A:**

**Deysi Marlene Chávez Aguado.**

**Directora de trabajo recepcional:**

**Dra. Vivian Romeu**

**México D.F. Septiembre del 2010.**

## SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



## UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

### RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

### DERECHOS RESERVADOS<sup>©</sup>

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

UACM4 TST 303

TE  
HN20  
.CG  
CS3  
2010

*Dedicatorías*

*Gracias a Dios*

*Por permitirme llegar a hasta este momento tan importante de mi vida y lograr otra meta más en vida.*

*Gracias a mis padres María Guadalupe y Carlos Chávez*

*Por su amor y cariño, su dedicación y empeño por ayudarme a ser cada día una mejor persona. Gracias por su apoyo incondicional y a quienes debo este triunfo profesional, pues sin ustedes nunca hubiese podido hacer este sueño realidad.*

*Gracias a mi hermana Jenny*

*Porque en el transcurso de la carrera trabajamos en equipo para llegar al mismo objetivo terminar la licenciatura.*

*Gracias a mi hermana Karla*

*Por su apoyo*

*Gracias a mi novio París*

*A quien agradezco de todo corazón haber colaborado en esta tesis dedicándome su tiempo y creatividad. Gracias por contar con tu apoyo incondicional, porque has sido y eres muy especial para mí.*

*Deysí Marlene Chávez A.*

## *AGRADECIMIENTOS*

*Quiero agradecer a todas las personas que me ayudaron en este largo camino.*

*A la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, que me brindo mi formación profesional.*

*Agradezco todas las horas de tutoría a la profesora Vivian Romeu y el apoyo para realizar esta tesis.*

*Gracias a la profesora Karina Ochoa por la sugerencia del tema de tesis.*

*Gracias a la Institución Democracia y Sexualidad A.C. para la realización de esta tesis.*

*Agradezco todo el apoyo brindado en el transcurso de la carrera al maestro Fernando González Casanova.*

*Agradezco al profesor Armando Villatoro, Ricardo Búil y José Luis Pereyra por todo su apoyo.*

*Agradezco en especial a Alfredo Ortega gracias por tu apoyo y colaboración en esta tesis.*

*Un agradecimiento muy especial a todos mis profesores*

*Cristina Gómez M, Claudia Bernáldez, Oscar Ventura, Alfredo Salazar, Guiomar Rovira, Martín Hernández, Araceli Mendoza, Jorge Mendoza, Ruth Glantz, Olga Margarita Rodríguez Cruz, Javier Alvarado, Mariano Andrade, Marta Rizo García y Rosa María Macías.*

*A todos mis amigos que estuvieron apoyándome*

*Vicky Bellido, Bernabé, Oscar, Consuelo, Paulino Marín, Fermín, Lenuel, Damián, Oscar Francisco Vázquez y Jesús Álvarez.*

*Gracias a todos*

# Í n d i c e

<b>Introducción</b> (Campaña contra la homofobia)	
<b>1 Planteamiento del Plan de Comunicación para la institución Democracia y Sexualidad</b>	
1.1 Violación de los derechos humanos de homosexuales en México	1
1.2 La homofobia: Síntomas de un problema social	8
1.3. Objetivos del plan de comunicación	12
1.4. Diseño del proyecto por fases	12
1.5. Breve descripción del contenido del plan de comunicación elaborado	13
<b>2 La homofobia, un mal social que debe ser combatido</b>	14
2.1 Antecedentes históricos y referenciales del problema	14
2.1.1. Acerca de la homosexualidad y la homofobia	14
2.1.2. Escenarios conceptuales para reflexionar sobre la homosexualidad y la homofobia	
2.1.3. Creencias y costumbres que sustentan la homofobia	25
2.2 La homofobia en México	29
2.2.1. La historia de la homosexualidad en México	29
2.2.2 El movimiento homosexual en México	32
2.2.3 La comunidad LGBTTTT de México	38
2.2.4 Contextualización del problema de homofobia en el Distrito Federal: La Zona Rosa	46
2.3. Estudios que han dado cuenta del problema de la homofobia en México y el Distrito Federal	52
2.4. Campañas contra la homofobia realizadas en México	57
2.5. La propaganda	68
2.5.1. Los orígenes de la propaganda	68
2.5.2. La propaganda como herramienta comunicativa para paliar los problemas de homofobia	69
<b>3 Hacia un diagnóstico de los índices de homofobia en el D. F.</b>	75
3.1. Estrategia metodología para búsqueda de información sobre homofobia en el D.F.	75
3.1.1. Selección y justificación de los métodos de investigación	76
3.1.2. Selección y justificación de las técnicas e instrumentos	81
3.2. Análisis de los resultados	81
3.2.1. Síntesis de los resultados obtenidos de la entrevista aplicada al director de Demysex	82
3.2.2. Síntesis de los resultados obtenidos de aplicación del cuestionario a los homosexuales y heterosexuales residentes en el D.F.	84
3.3. Interpretación de resultados con vistas al diagnóstico final de la situación problemática. Reflexión en torno a sus posibles soluciones	81

4	<b>Plan Estratégico: la campaña de bien social “Vivir sin homofobia”</b>	86
4.1.	Estrategia para dar solución al problema de la homofobia en el Distrito Federal	86
4.2.	Objetivos tácticos y metas a corto, mediano y largo plazo	87
4.3.	Participantes y público del proyecto de campaña “Vivir sin homofobia”	89
4.3.1	Demysex, el cliente	89
4.3.2.	Asociaciones e instituciones gubernamentales y no gubernamentales, públicas y privadas con intereses y objetivos comunes a Demysex	91
4.3.3.	Asociaciones e instituciones gubernamentales y no gubernamentales, públicas y privadas con intereses y objetivos opuestos a Demysex	92
4.3.4.	Beneficiarios de la campaña “Vivir sin homofobia”	92
4.3.5.	Público objetivo de la campaña “Vivir sin homofobia”	93
5	<b>Plan Táctico de la estrategia “Vivir sin homofobia”</b>	94
5.1.	Diseño de las tácticas	94
5.1.1.	Selección y justificación de métodos de intervención, medios y/o canales a utilizar	95
5.1.2.	Recursos empleados	102
5.1.3.	Presupuesto	103
5.1.4.	Ejecución de las tácticas	108
5.1.5.	Cronograma de implementación	149
5.1.6.	Diagrama del Plan Táctico	159
5.1.7.	Apreciaciones éticas	160
6	<b>Diseño del plan de prueba, monitoreo y evaluación de la campaña “Vivir sin homofobia”</b>	161
6.1.	Selección y justificación de métodos y técnicas	161
6.2.	Diseño de instrumentos	162
	<b>Reflexiones generales</b>	165
	<b>Bibliografía</b>	
	<b>Anexos</b>	

## **Introducción**

### **Campaña contra la homofobia.**

El presente trabajo documenta el diseño de un plan de comunicación que a petición de la institución Democracia y Sexualidad A.C. (Demisex), se llevó a cabo con la finalidad de sensibilizar y concientizar a la población del Distrito Federal sobre la problemática en la que hoy viven miles de homosexuales y lesbianas quienes son víctimas de personas homofóbicas y lesbofóbicas en la ciudad de México. La institución Demisex tiene como objetivo principal promover, defender, reconocer y respetar la diversidad sexual. De igual manera, informar acerca del problema que es la homofobia.

Democracia y Sexualidad A.C., es una asociación civil legalmente constituida. Su equipo está conformado por mujeres y hombres de todas las creencias y orientaciones sexuales; en conjunto construyen un equipo multidisciplinario y profesional. Dentro de sus propuestas trabajan principalmente a partir de la perspectiva de género en el marco de los derechos humanos, sexuales y reproductivos promoviendo la vivencia del: respeto, diversidad, placer, laicismo, democracia, transparencia y trabajo de los no visibles. Como misión de la institución es fortalecer la educación de la sexualidad comprometida con el ejercicio y defensa de los derechos sexuales y la equidad de género para avanzar en la construcción de una cultura democrática.

Asimismo, contribuyen participando con ponencias sobre distintos temas relacionados con la educación sexual, y defensa de los derechos humanos a los lesbianas, homosexuales, bisexuales, travestis, transgénero y transexuales. Entre sus objetivos sociales, tiene como finalidad mitigar el estigma y la discriminación hacia la comunidad LGBTTT (lesbianas, gay, bisexual, travestís, transgénero, y transexuales). Igualmente también, promueven y vigilan las políticas públicas relacionadas a la salud sexual y el VIH/SIDA en el nivel local, federal y regional en el marco del respeto a los derechos humanos.

El director de esta institución, el licenciado Alexis Sorel Flores Sixtos considera que es importante realizar y llevar a cabo una campaña propagandística de tipo social, para concienciar y sensibilizar a la población heterosexual del Distrito Federal, lo que hemos podido constatar a través de los resultados de los cuestionarios aplicados para desarrollar el diagnóstico de este proyecto. Estos resultados han demostrado que en el Distrito Federal hay un alto índice de homofobia. Por ello, tanto la institución como sus militantes consideran necesario realizar una campaña que contribuya a disminuir la homofobia hacia este sector que se encuentra vulnerable en una sociedad que tiende a discriminar, estigmatizar, rechazar y hasta matar a quien no cumpla con las normas sociales.

Por todo lo anterior, nuestro objetivo en este trabajo consistirá en la realización de una campaña propagandística de tipo social, que se inscribe como solución a un problema de salud pública. Esta campaña estará dirigida a la población heterosexual de la Ciudad de México por medio de ella se contribuirá con la disolución de sentimientos y pensamientos homofóbicos. Para llevar a cabo dicha campaña la institución Demisex cuenta con un presupuesto de \$1,369,339.18. La campaña tendrá una duración de tres años aunque en este trabajo sólo se desarrollará el primer año y se hará efectiva a partir del 17 de mayo del 2010 al 17 de mayo del 2011 que es el día en el que se celebra el “día nacional contra la homofobia”. Por otra parte, esta campaña será local destinada a la población heterosexual del Distrito Federal.

Para esta campaña, hemos decidido utilizar como herramienta comunicativa y vía de difusión la propaganda, ya que es la mejor manera para implementar estrategias de comunicación para resolver un problema como lo es la homofobia, ya que es necesario combatir este problema de salud pública debido a que nuestro país ocupa a nivel América Latina el segundo lugar en Crímenes de Odio por homofobia.

## **1.- Planteamiento del Plan de Comunicación para la institución Democracia y sexualidad.**

### **1.1. Violación de los derechos humanos de homosexuales en México.**

Los derechos humanos “son las nociones jurídicas según la cual existen unos derechos que han de ser garantizados a los ciudadanos en todo momento y lugar<sup>1</sup>”. “Los Derechos humanos son el conjunto de prerrogativas inherentes a la naturaleza de la persona, cuya realización efectiva resulta indispensable para el desarrollo integral del individuo que vive en una sociedad jurídicamente organizada<sup>2</sup>”. Todo ser humano, sin importar su edad, religión, sexo u orientación sexual, discapacidad, compleción física, condición social, ideología u origen étnico debe gozar de ellos. Estas garantías pertenecen a todo ser humano desde que nace. Estos derechos son necesarios para asegurar la libertad y el mantenimiento de una calidad de vida digna, y deben estar garantizados a todas las personas en todo momento y lugar.

Cuando se habla de derechos fundamentales o derechos humanos nos estamos refiriendo a las condiciones básicas de dignidad que las personas deben tener, se trata de una serie de criterios basados en los principios de libertad, igualdad, justicia, seguridad y bienestar a los cuales aspira la humanidad. Los derechos de los individuos deben ser protegidos y garantizados por nuestras leyes, con el fin de mejorar la convivencia humana y asegurar condiciones de vida digna para todos. Los derechos humanos son producto del esfuerzo de la comunidad internacional, agrupada en la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y fueron reconocidos por primera vez en la declaración de Derechos Humanos en 1948. Los derechos humanos son reconocidos y garantizarlos por el Estado, y ser incluidos en la Constitución y en las leyes para hacerlos exigibles. El reconocimiento a los derechos específicos, como los de las mujeres, la niñez, los derechos sexuales y reproductivos, ha venido definiéndose con mayor precisión desde la década de los 80 en algunas convenciones y conferencias intencionales, convocadas por la Organización de las Naciones Unidas.

---

<sup>1</sup> Coalición Internacional Contra el Tráfico de Mujeres, *Manual de Capacitación, sobre Masculinidad, Iniciación Sexual Consumo de la Prostitución*, México, 2005, Pág.112

<sup>2</sup> <http://www.cndh.org.mx/losdh/ losdh.htm> (recuperado el 24 de Junio del 2007)

En el marco de los derechos humanos también se encuentran los derechos reproductivos. “El Programa de Acción de El Cairo en 1994 definió el concepto de derechos reproductivos como parte de los derechos humanos y señala que: “Se basan en el reconocimiento del derecho básico de todas parejas e individuos a decidir libre y responsablemente el número de hijos, el espaciamiento de los nacimientos(...) y a disponer de la información y de los medios para ello, y el derecho a alcanzar el nivel más elevado de salud sexual y reproductiva; entendida ésta no sólo como la ausencia de enfermedades, sino como un estado de bienestar físico y psicológico”<sup>3</sup>”. Algunos de los derechos reproductivos son:

1. El derecho a la felicidad, a los sueños y a las fantasías, a la democracia en las relaciones entre personas, al placer y disfrute del erotismo, a la libertad y a la autonomía en el ejercicio de la sexualidad.
2. El derecho a la integridad física y a la autonomía en el control del cuerpo.
3. El derecho a una sexualidad libre de violencia y coerción, en un marco de relaciones de igualdad, respeto y justicia”<sup>4</sup>.

Estos derechos sexuales y reproductivos tienen por objetivo buscar el placer mutuo y recíproco y a reivindicar las emociones para poder expresarlas. Además promueve el derecho a la información para garantizar una vida sexual saludable. Los derechos sexuales están basados en el concepto de diversidad sexual que es el fenómeno que explica “la variabilidad que existe en los seres humanos al respecto de su sexualidad, desde sus dimensiones biológicas, psicológicas y sociales”. Algunos otros autores consideran a la diversidad sexual como el conjunto de las diferentes formas de vivir la sexualidad en las diferentes culturas, las orientaciones sexuales como: homosexualidad, lesbianismo, el heterosexualidad, bisexualismo, travestismo, el transgénero, la transexualidad, la sexualidad de personas con alguna discapacidad, las personas con múltiples parejas, múltiples prácticas sexuales, el trabajo sexual, y las posibilidades tan diversas para expresar la sexualidad. Para Dudley Weeks, la diversidad sexual sugiere una distancia respecto de “la norma”, que es la heterosexualidad<sup>5</sup>”.

---

<sup>3</sup> ONU, Programa de Acción adoptado en la Tercera Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo, El Cairo, 1994. Estados Unidos, 1998.

<sup>4</sup> Tu futuro en libertad. *Por una sexualidad y salud reproductiva con responsabilidad*, México, Gobierno del Distrito Federal (Secretaría de Educación del Distrito Federal), 2008, pág.130

<sup>5</sup> Weeks, Jeffrey, *Sexualidad*, México 1998, Paidós.

La diversidad sexual no sólo abarca las expresiones sexuales, dentro de ellas se encuentra lo relacionado con la orientación sexual, que es asociada hacia la dirección erótica de cada persona, es decir, hacia la atracción en cuanto al sexo. En nuestro país las comunidades de la diversidad sexual se autoidentifican con las siglas LGBTTTI, que son los grupos de lesbianas, homosexuales, bisexuales, transexuales, travestis, transgénero y intersexuales. Así, el respeto al derecho a la diversidad sexual y la lucha contra cualquier tipo de discriminación sexual son necesarios para que se reconozcan los derechos de las personas homosexuales.

Dentro de las violaciones a los derechos de la diversidad sexual podemos encontrar las agresiones verbales (insultos), físicas y psicológicas. Los tratos inhumanos, crueles o degradantes, los arrestos o detenciones arbitrarias y la negación de los derechos económicos, sociales, culturales y de la salud son forma de violar los derechos de las minorías sexuales. A nivel mundial algunos países aún continúan violando los derechos de las personas homosexuales como Arabia Saudita, Irán, Mauritania, Nigeria, Somalia, Sudán y Yemen en otros han castigado la homosexualidad con la pena muerte y otros países con la cárcel. A pesar de ser visibles dentro de nuestra sociedad muchos homosexuales siguen siendo víctimas de discriminación y exclusión. La carencia de información sobre la sexualidad, los prejuicios y la cultura machista no han permitido una convivencia de respeto y entendimiento.

La Comisión de Derechos Humanos define a los derechos humanos “como facultades, prerrogativas y libertades fundamentales que tiene una persona por el simple hecho de serlo; y el ejercicio de los derechos humanos es necesario para que el ser humano logre su desarrollo integral”. Estos derechos aseguran la libertad y el mantenimiento de una calidad de vida digna, y deben estar garantizadas a todas las personas en todo momento y lugar. Los derechos humanos son garantías que pertenecen a todo ser humano desde que nace, sin importar su edad, religión, sexo u orientación sexual, discapacidad, compleción física, condición social, ideología u origen étnico debe gozar de ellos. Los derechos humanos son producto del esfuerzo de la comunidad internacional agrupada en las naciones que conforman la Organización de las Naciones Unidas; fueron reconocidos por primera vez en la declaración de Derechos Humanos en 1948 y deben estar reconocidos y garantizados por el Estado e incluidos en la Constitución y en las leyes para hacerlos exigibles.

Los derechos humanos de gays, lesbianas, bisexuales, transgénero, travestis, transexuales y intersexuales son unos de los que más se violan en el mundo ya que estos grupos son altamente vulnerables a la discriminación. Algunas de las situaciones que cotidianamente experimentan son: abusos físicos y verbales, tratos crueles inhumanos y degradantes, torturas, humillaciones, hostigamientos, atención médica e internación psiquiátrica por ser homosexuales, detenciones arbitrarias por su orientación sexual, o su identidad de género, detenciones arbitrarias por manifestar públicamente sus afectos, extorsiones, desapariciones y asesinatos. Otros derechos que a veces son negados a la comunidad LGTTTI son servicios educativos, laborales, médicos y de autoridades.

En los meses de enero a agosto del 2008, La Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal (CDHDF) recibió 39 quejas como presuntamente violatorias de derechos humanos de personas de la Comunidad LGTTTI. De las 39 quejas recibidas el 39.5% correspondieron a derechos de las personas privadas de su libertad; 22.2% al derecho a la igualdad contra la ley; 9.9 % al derecho a la honra y a la dignidad y 6.2% al derecho a la seguridad jurídica.

Así mismo, la CDHDF ha emitido dos Recomendaciones una de ellas fue para el Sistema de Transporte Colectivo Metro (STCM), y otro a un caso referente a la discriminación por orientación sexual o preferencia sexual. Actualmente esta Recomendación está sujeta a seguimiento. Según, indica La Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal que otra autoridad que presuntamente comete violaciones es la Secretaría de Seguridad Pública (SSP), la Policía Judicial y elementos de seguridad y custodios de los centros de reclusión. Es por esto que el estado mexicano ha implementado leyes que garanticen los derechos de estas personas, como la Ley Federal para Prevenir y eliminar la discriminación (CONAPRED), misma que surge a raíz de los actos discriminatorios por parte de los individuos o servidores públicos, aunque desafortunadamente esto ha sido insuficiente.

Actualmente, México ocupa el segundo lugar en América Latina en asesinatos por crímenes de odio por homofobia. Según, la Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal considera que la población homosexual el 5% y 6% de la población.

El cuadro que a continuación se presenta ilustra estas cifras y ofrece una idea de la diversidad sexual en la población LGBTTTI en el Distrito Federal<sup>6</sup>.

<b>Lesbianas y gays</b>	Lesbianas y gays = Entre 5 - 6% y 10% de la población  Ciudad de México = 208 mil 584 – 250 mil 301 personas mínimo y 872 mil 92 personas máximo
<b>Bisexuales</b>	No existen estimaciones
<b>Travestis</b>	Entre 2 - 3% de hombres biológicos se visten al menos ocasionalmente
<b>Transexual</b>	Uno de cada 10 mil varones biológicos y una en cada 30 mil mujeres biológicas.  Ciudad de México = 417 y 152 hombres y mujeres, respectivamente.
<b>Intersexual</b>	Los expertos estiman que uno de cada mil 500 bebés nace con genitales que no pueden clasificarse fácilmente como masculinos o femeninos.  Ciudad de México = 5 mil 814 personas

A pesar de que la comunidad lésbico-gay forma parte de nuestra sociedad hay dos razones que niegan su existencia. Una es ellas es la concepción de la cultura machista y la religión. Por su parte la cultura machista se resiste aceptar a la diversidad sexual. En nuestro país hay "74.612.373 personas que practican la religión católica"<sup>7</sup>. Uno de los discursos de la iglesia Católica, es fomentar el rechazo hacia los homosexuales, debido a que los homosexuales nunca podrán formar familias a causa de orientación sexual. Sin embargo, los heterosexuales son aceptados porque la unión de sexos opuestos conformarán la institución como es lo es la familia.

<sup>6</sup> Fuente: <http://www.cdhdh.org.mx/index.php?id=dfemay08comlgbtt> (recuperado 3 de Agosto del 2007)

<sup>7</sup> <http://www.INEGI.com.mx> (recuperado 5 de septiembre del 2007)

La discriminación, el prejuicio, el estigma y la homofobia han logrado que los homosexuales sean uno de los grupos más vulnerables dentro la población. La homofobia se define como “el odio, desprecio e intolerancia hacia conductas atribuidas a la homosexualidad; se manifiesta en insultos, discriminación, agresiones físicas, heridas e incluso asesinatos.<sup>8</sup>” Por lo anterior, podemos decir que existe odio por homofobia “cuando una persona, grupo de personas o alguna institución promueva, incite, provoque o realice acciones de rechazo, vejación, exclusión, discriminación, persecución y violencia en contra de otra persona o grupo de personas a causa de su orientación o preferencia sexual, o de su expresión de género<sup>9</sup>”.

En nuestro país la Comisión Ciudadana contra Crímenes de Odio por Homofobia (CCCCOH) realizó un Informe Anual de los periodos 1995 y 2006 donde reveló que en el 2006 se registraron 420 asesinatos por homofobia. Durante este año se registraron 40 crímenes, mientras que en el 2005 sólo se registraron 29 crímenes y para el año 2004 se cometieron 33 crímenes de odio por homofobia. La forma en la que se ejecutaron los asesinatos fueron con armas blancas siendo estos 132 casos. A base de golpes 74 casos y por estrangulamiento 58 casos. Y los otros 50 casos se realizaron con armas de fuego y 20 más se realizaron con torturas múltiples. Así mismo, los cuerpos encontrados tenían características similares de violencia y sometimientos. Los lugares con mayor frecuencia dónde se cometieron estos asesinatos fueron: domicilios siendo 185 casos, en la calle 80 casos, en terrenos baldíos 41 casos, y hoteles 21 casos.

Por otra parte, dichos asesinatos no fueron investigados por parte de las autoridades ya que argumentan que estos asesinatos son “crímenes pasionales” y no consideran que estos crímenes sean a causa de homofobia. Además este informe reporta que por cada homicidio denunciado, dos de ellos no son investigados por las autoridades.

Para el abogado Rodolfo Millán de la Comisión Nacional de Derechos Humanos del Distrito Federal menciona que los castigos ante la ley para los “crímenes por odio” y el “crimen pasional” son diferentes. La diferencia radica en los “crímenes por odio” se castigan ante la ley con penas de cárcel de 20 a 40 años por tratarse de homicidios agravados con saña y tortura. Y el “crimen pasional” sólo se castiga de 2 y 8 años de cárcel.

---

<sup>8</sup> Tu futuro en libertad. *Por una sexualidad y salud reproductiva con responsabilidad*, México, Gobierno del Distrito Federal (Secretaría de Educación del Distrito Federal), 2008. Pág.56

<sup>9</sup> [http://www.amdh.org.mx/sitio/ponencias%20del%20curso/Discurso\\_Arturo\\_Diaz.ppt](http://www.amdh.org.mx/sitio/ponencias%20del%20curso/Discurso_Arturo_Diaz.ppt) (recuperado 22 de Septiembre del 2007)

Asimismo, los informes reportan que 39 asesinatos de crímenes de odio fueron cometidos a jóvenes de 21 a 30 años. Otros 90 asesinatos corresponden a edades de 31 a 40 años. Sin embargo, 114 asesinatos quedaron sin clasificación debido a que no se tenían registros de las edades de las personas asesinadas. A lo que respecta a los 114 asesinatos sólo se identificaron 7 travestis, 2 hombres con ropas femeninas y una persona transgénero. Debido a esto, nuestra sociedad mexicana no puede seguir ignorando la existencia de este grupo vulnerable, puesto que forman parte de la estructura social, productiva, profesional, cultural y laboral, de nuestra sociedad, es decir, forman parte de nuestra realidad no sólo a nivel nacional sino también a nivel mundial.

Es por esto, que consideramos concientizar a través de la realización de una campaña propagandística de tipo social, informando acerca del grave problema como lo es la homofobia ya que una de las funciones de las campañas sociales son desarrollar acciones de intereses sociales sin fines de lucro.

Esa es la razón por la que consideramos de gran importancia y necesidad planear una campaña de propagandística de tipo social para contribuir con la disolución de sentimientos y pensamientos homofóbicos. Esta aportación es importante, porque el tratamiento del tema sobre diversidad sexual en materia educativa es escaso, además de que carece de un insuficiente reconocimiento y espacios para su reflexión. Por todo lo anterior, consideramos que mediante la realización de campañas sociales podemos incidir para proteger y salvaguardar los derechos de las minorías y así mismo lograr una sociedad más justa de respeto y tolerancia.

## 1.1. La homofobia: Síntomas de un problema social

La situación que nos preocupa y que intentaremos resolver es el problema social como lo es la homofobia que sufren los homosexuales en México en general y en la Ciudad de México en particular. Debido a que nuestra sociedad está conformada por gays, lesbianas, bisexuales, transgénero, travestis, transexuales y intersex es por esto que es necesario reivindicar los derechos de los homosexuales. Diariamente y cotidianamente miles de homosexuales son objetos de indiferencia, odio, maldad, crueldad, frialdad, rechazo, discriminación y exclusión. A pesar de que nuestro país reiteradamente fomenta la democracia e igual sabemos que en nuestra sociedad no es así, pero sí sabemos que se caracteriza por ser intolerante con la diferencia y el respeto hacia el *otro*. Durante mucho tiempo, los homosexuales han sido discriminados socialmente lo que ha causado que a gays y lesbianas se les prohíba derechos sexuales que disfrutaban otros grupos sociales.

La violencia hacia la comunidad LGBTTTI, comienza con los sobrenombres e insultos algunos los han llamado enfermos mentales, anormales, raros, pervertidos, desviados. En nuestros días utilizamos palabras despectivas tales como joto, puto, manita caída, marisco, loca, mayate, cacha granizo, marica, closeteros, vestidas o puñal, estas palabras mencionadas solo han violentado verbalmente a los homosexuales logrando así dañar su autoestima. Otro medio para agredir a los homosexuales son los clásicos chistes característicos de nuestra sociedad mexicana donde se denigra, a los homosexuales donde en muchas ocasiones los han representado como tontos y adictos al sexo. A esto han contribuido también programas de televisión y comediantes que sólo logran reforzar la homofobia, prejuicio, discriminación y miedo.

En el contexto de la intolerancia y del ambiente de rechazo, que en la casa, la escuela y la calle predominan hacia los hombres y mujeres homosexuales, muchos de ellos ingresan al "closet", ocultando su gusto por relacionarse con otros hombres o mujeres, limitando o cancelando su vida amorosa y erótica. Otros grupos de varones gay o mujeres lesbianas que están "fuera del closet" cuyos miembros, en mayor o menor medida, participan en la subcultura homosexual masculina: acuden a sitios de reunión como bares o discos, conocen el desarrollo y los avances del movimiento gay internacional, por lo general, han desterrado algunos estereotipos del modelo patriarcal heterosexual.

En la familia y en la escuela a veces son los primeros espacios donde se reproduce la discriminación puesto que, por lo general, las personas piensan y prefiere pensar por medio de estereotipos, categorías y prejuicio, que conducen al hecho discriminatorio cuando se aplican esas opiniones estereotipadas a otros grupos. El machismo, se caracteriza por no permitir la tolerancia hacia las distintas preferencias sexuales de las personas. El hombre ideal tradicional de las familias mexicanas es un varón casado y con hijos, “pero con varias parejas, rural o citadino, católico, heterosexual, y con poder, ya sea económico o de otra índole”<sup>10</sup>. Cabe mencionar que el machismo conforma circunstancias y estilos de vida forjados en una matriz cultural en la que toda y toda cabemos, por lo que conveniente decir que nuestras sociedades son machistas, aunque no todas las personas que viven en ellas lo sean. Estas manifestaciones de violencia hacia estos grupos deben de concluir pues, nadie puede prohibir los comportamientos y actitudes de las personas y mucho menos juzgarlos por su apariencia física, su forma de vestir, hablar, gesticular o por asumir públicamente su preferencia sexual.

Los movimientos sociales de la población LGBTTTI tienen como objetivo unificar conciencias, para que comprendan a la diversidad sexual y acepten su existencia de esta comunidad y gozar de sus derechos que han sido negados. Sin embargo, la homofobia debe tener cambios culturales desde todas las instituciones gubernamentales y no sólo desde las asociaciones civiles. El verdadero problema de la homofobia nace a partir de un problema cultural en un entorno cultural que requiere de la educación del respeto a la diversidad sexual. Después de un largo tiempo miles de gays y lesbianas han logrado la visibilidad dentro de nuestra sociedad. A pesar de los altos índices de homofobia y lesbofobia muchos de ellos se han enfrentado a revelar su verdad identidad. Actualmente, según datos obtenidos de la Comisión de Derechos Humanos del D.F., el 5% y el 6% de la población total en México es homosexual<sup>11</sup>. Muchos de ellos se han enfrentado a asumir su preferencia sexual aunque la mayoría de la población no los acepte en su totalidad.

En cuanto a los crímenes de odio por homofobia en la mayoría de los casos, hay una constante que unifica a estos asesinatos como lo es “la ferocidad con la que fueron ultimados ya que antes de ser asesinados, los homosexuales fueron sometidos a todo tipo de tortura donde se les veja e intimida; son desnudados, atados, amordazados, golpeados, pateados,

---

<sup>10</sup> Barrios Martínez David, *Resignificando la masculinidad: Guía de Supervivencia para varones del Siglo XXI*, México 2003. Pág.15

<sup>11</sup> <http://www.cdhdh.org.mx/index.php?id=dfemay08comlgbtt> (recuperado el 8 de octubre del 2007)

azotados contra el pavimento, apedreados, ahogados, quemados con colillas de cigarros, cerillos o encendedores; en ocasiones son mordidos hasta arrancarles trozos carne. Y en el caso de los homosexuales prostitutos son violados tumultuariamente antes de ser ejecutados<sup>12</sup>. Hoy en día conocemos que la homofobia está sumergida en la sociedad mexicana. Los datos obtenidos entre el 2002 y 2007 muestran que han asesinado a 1000 personas por crímenes homofóbicos. En el 2007 la Cámara de Diputados señaló que México es el segundo país del mundo con mayor índice de crímenes por homofobia.

En un estudio periodístico realizado por Fernando del Collado y publicado con el título *Homofobia, odio, crimen y justicia* (2007), se habla de 400 muertos entre 1995 y 2005, es decir, unos 3 asesinatos al mes pero la Comisión Ciudadana contra los Crímenes de Odio por Homofobia calcula que sólo se denuncian 1 de cada 4 crímenes<sup>13</sup>. Las organizaciones no gubernamentales indican que 15 personas son asesinadas cada mes a causa por odio por homofobia. Por otra parte la Comisión Ciudadana contra Crímenes de Odio por Homofobia (CCCOH), afirma que cada mes en México se documentan tres asesinatos relacionados con la preferencia sexual. En cuanto a las edades de las víctimas son hombre entre 20 y 40 años de edad, aunque también se han presentado casos de menores edad. Respecto a las investigaciones de estos asesinatos son clasificados como homicidios comunes o crímenes pasionales que se cierran sin investigación, debido a la negligencia por parte de las autoridades.

Las estadísticas de la CCCCOH (ver Anexo 1) "muestran que la mayoría de los casos de ejecuciones a personas homosexuales se llevan a cabo con un arma blanca (50 casos), en segundo a causa de golpes (36 casos), y por último la tortura múltiple (18 casos). Entre 1995 y 1999, de acuerdo con el reporte de ejecuciones 2000 de la CCCCOH, en comparación a los estados de la República, el Distrito Federal posee el mayor número de ejecuciones por odio homofóbico entre 1995 y 2000: 99 casos entre 1995 y 1999 (4 casos en el 2000). De manera general, entre 1995 y 1999 hubo casos de ejecuciones por odio homofóbico, mientras que en el año 2000 se ocurrieron 23 casos en todo el país"<sup>14</sup>.

<sup>12</sup> Del Collado, Fernando, *Homofobia, odio, crimen y justicia*, 1995-2005, México 2007, Pág.31

<sup>13</sup> [http://www.enkidumagazine.com/art/2007/200607/e\\_2006\\_013\\_a.htm](http://www.enkidumagazine.com/art/2007/200607/e_2006_013_a.htm) (recuperado el 19 de Octubre del 2007)

<sup>14</sup> [www.cogailles.org/ilga/docs.pdf/ccccoh00def.pdf](http://www.cogailles.org/ilga/docs.pdf/ccccoh00def.pdf) (recuperado el 28 de Octubre del 2007)

Otro dato relevante proviene del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Derechos Humanos”, quien informó que en el año 2000 se habían cometido sólo en nuestro país 213 crímenes de odio relacionados con la orientación sexual de las víctimas, con lo cual México el país ocupa el segundo lugar en el continente sin embargo, esta Comisión dice no descarta que esta cifra podría ser mayor a los datos obtenidos. A propósito con lo anterior, se piensa que las investigaciones de los asesinatos hacia homosexuales en los Ministerios Públicos no se llevan a cabo ya que siempre se justifican que fueron crímenes pasionales mostrando así su negligencia por parte de las autoridades. Tal como lo señala Fernando del Collado en su publicación *Homofobia, odio, crimen y justicia (2007)* indica que “en muchos testimonios de familiares y amigos entrevistados se les hacen preguntas que denotan más el prejuicio de los agentes hacia los homosexuales que el interés por dar con las claves que lleven al esclarecimiento del crimen fuera de ese ámbito: «Diga cuando se enteró de que su hijo era homosexual y cuál fue su reacción al saberlo», «diga si el occiso cada vez que acudía a un bar gay se retiraba con algún conocido», «diga si alguna vez el occiso le comentó que tenía problemas con su pareja sentimental», «diga si alguna vez conoció que el occiso y su pareja sentimental tuviera problemas de índole económico». Así, lo «pasional» se convierte en la única ruta policial”<sup>15</sup>. En muchos casos los cadáveres de los homosexuales o travestis no son reclamados por los familiares debido a la vergüenza de saber que su familiar es homosexual y al interrogatorio al que los agentes de los ministerios públicos someten a los familiares.

---

<sup>15</sup> Del Collado, Fernando, *Homofobia, odio, crimen y justicia, 1995-2005*, México 2007, Pág. 26-27

### 1.3. Objetivos del plan de comunicación.

#### GENERAL:

El objetivo primordial de esta campaña es intervenir estratégicamente, mediante el diseño e implementación de una campaña de propagandística de tipo social en el ámbito de lo social-cultural, a nivel metropolitano, para promover un pensamiento cívico, ético y social inclusivo y respetuoso respecto a la comunidad lésbico-gay en general. El diseño de este plan de comunicación pretende lograr el respeto y tolerancia hacia la diversidad sexual.

#### PARTICULARES:

- ◆ Promover una cultura de respeto, justicia, equitativa e inclusión de los homosexuales y lesbianas en el imaginario simbólico colectivo de la comunidad urbana del Distrito Federal.
- ◆ Promover una convivencia pacífica entre sujetos de diferente preferencia sexual con la sociedad.

### 1.4. Diseño del proyecto por fases:

Fases	Fecha
<b>1.-Recopilación de información documental sobre el tema y antecedentes</b>	Marzo - Julio 2007
<b>2.- Planteamiento proyecto de comunicación</b>	Agosto - Diciembre 2007
<b>3.-Trabajo de campo</b>	Enero - Julio 2008
<b>4.-Análisis de trabajo de campo</b>	Agosto – Diciembre 2008
<b>5.-Diagnóstico</b>	Enero - Marzo 2009
<b>6.-Implementación</b>	Junio 2009 - Febrero 2010
<b>7.-Evaluación</b>	Abril 2010

### 1.5. Breve descripción del contenido del plan de comunicación elaborado

1. **Tipo de plan de comunicación:** Proyecto campaña propagandístico tipo social para dar solución al problema de homofobia que tiene el Distrito Federal
2. **Ámbito del problema:** social
3. **Beneficiario / Cliente:** Demisex
4. **Beneficiados:** Población lésbico-gay del Distrito Federal
5. **Publico meta:** Heterosexuales Distrito Federal
6. **Localización geográfica:** Distrito Federal
7. **Tiempo:** 2010
8. **Temporalidad:** Tres años
9. **Medios a utilizar:** Tríptico, postales, carteles, espectaculares, espacios publicitarios en el sistema colectivo metro, publicidad en autobuses, vallas y promocionales como playeras.
10. **Tipo de mensajes:** Visuales y lingüísticos.

## **2. La homofobia, un problema social que debe ser combatido**

### **2.1. Antecedentes históricos y referenciales del problema**

#### **2.1.1. Acerca de la homosexualidad y la homofobia**

La atracción entre personas del mismo sexo es tan antigua como la humanidad misma y se encuentra en la mayoría de pueblos y civilizaciones. Sin embargo, la humanidad ha castigado y discriminado a los homosexuales. En la antigua Grecia, la homosexualidad fue declarada contra la ley y en consecuencia, era castigada severamente aplicando penas "correctivas" en contra de quienes tenían una orientación sexual distinta a la heterosexual. Sin embargo, se realizaban prácticas homosexuales clandestinas.

Por otra parte es aquí, en esta época donde aparece el término *homosexual* que etimológicamente, es un híbrido del griego *homós* (que en realidad significa igual y no, como algunos creerían, derivado del sustantivo latino homo, que quiere decir hombre) y del adjetivo latino *sexualis*, lo que sugiere una relación sexual y/o sentimental entre dos personas del mismo sexo, incluido el lesbianismo<sup>16</sup>. En cuanto al término *gay*, que en inglés clásico significa alegre, suele emplearse para referirse a los hombres homosexuales, y el término *lesbiana* para referirse a las mujeres<sup>17</sup>. Por lo que podemos decir, que la homosexualidad es la relación erótica y afectiva entre dos personas del mismo sexo. Este tipo de conducta se encuentra tanto en hombres como entre mujeres, recibiendo, en este último caso, el nombre de lesbianismo, en recuerdo de la poetisa griega Safo de Lebos.

En Roma la situación era distinta a la de Grecia pues, era tolerable la homosexualidad activa con un esclavo; sin embargo, cualquier relación pasiva era abominable. Pero con el Cristianismo se transformó de ser perseguido en perseguidor y de víctima en victimario de sus oponentes. Y no sólo los otros "cristianos" fueron perseguidos, sino también quienes conservaron su fe pagana y, por supuesto, los homosexuales.

En la Edad Media y en la Edad Moderna la sodomía "incluía a diversos «actos contra natura»" como el sexo anal. El origen del término de Sodomía y Gomorra proviene de la Biblia.

---

<sup>16</sup> [http://revistademisantojos.blogspot.com/2009\\_09\\_01\\_archive.html](http://revistademisantojos.blogspot.com/2009_09_01_archive.html) (recuperado el 5 de Noviembre del 2007)

En el siglo XI aparece la palabra sodomía en el Liber Gommorrhianus del monje benedictino Petrus Damianus. Esta palabra indica las actividades sexuales y no sirven para la reproducción.

En el siglo XIX se utilizaba el término de sodomita para llamar a homosexuales y lesbianas. En esta época las mujeres lesbianas no eran tomadas en cuenta, sin embargo se sabe que practicaban el sexo anal. Así mismo también a mitad del siglo VI se realizaron las primeras persecuciones de homosexuales por sodomía emprendidas por el emperador Bizantino Justiniano. Es en esta época que surge una ley que castigaba a los homosexuales con la castración y paseo público por las calles.

En siglo XIII en España con los Reyes Católicos, castigaban a la homosexuales con la castración o la lapidación. En Francia las leyes contra sodomía fueron abolidas por la Revolución Francesa. Durante el gobierno de Enrique VII de Inglaterra castigaba a la sodomía con la horca. En la época de la Santa Inquisición la homosexualidad fue castigada con la tortura, pena capital y la hoguera. Por lo que la Santa Inquisición y la Iglesia Católica considerada a la homosexualidad como el pecado nefando.

Más contemporáneamente, durante la época nazi, se consideró a la homosexualidad como una inferioridad y un defecto genético, por lo que se aplicó un artículo de una ley del código penal alemán de 1871. Por lo que el párrafo 175 que decía que "Un acto sexual antinatural cometido entre personas de sexo masculino o de humanos con animales es punible con prisión. También se puede disponer la pérdida de sus derechos civiles<sup>18</sup>". Con la llegada del nazismo, los alemanes considerados homosexuales fueron apresados o internados en campos de concentración, donde muchos fueron asesinados.

Durante la Segunda Guerra Mundial existía una gran demanda de mano de obra en fábricas que producían armamento. Debido a la escasez de personal se permitió a las mujeres salir a trabajar a las fábricas, así mismo se les admitió a homosexuales y lesbianas a sumarse a las fuerzas armadas, ejército y a la industria.

---

<sup>18</sup> <http://www.lajornadajalisco.com.mx/2010/02/19/index.php?section=opinion&article=002o1pol> (recuperado el 27 de noviembre del 2007)

Al concluir la guerra las fuerzas armadas el ejército y a la industria ya no necesitaban la mano de obra de mujeres, homosexuales y lesbianas. Porque a todos estos mencionados fueron excluidos después de ser sus aliados pronto se convirtieron un estorbo para las fuerzas armadas, ejército y a la industria. Esto provocó que muchos de ellos emigraran a otras ciudades como San Francisco, Nueva York y Los Ángeles. Por lo que los homosexuales y lesbianas buscan cambiar su vida y dejar de vivir en la clandestinidad. Esto permitió una gran concentración urbana de comunidades homosexuales. Estas comunidades estaban dispuestas a vivir su identidad gay, en sentido de vivir felices y contentos con su orientación sexual.

Durante la madrugada del sábado 28 de junio de 1969 se realizó una redada rutinaria en el bar Stonewall Inn, ubicado en la Calle de Christopher del Barrio de Greenwich Village, en Nueva York. En esta redada se encontraban homosexuales, travestis, lesbianas y otras personas que se enfrentaron a los policías de Nueva York y terminó con un violento enfrentamiento. A partir de esta fecha se conmemora el surgimiento del movimiento del orgullo Gay, lésbico, bisexual y transgénero. Este movimiento no discriminaba a nadie, por el contrario, trata de incluir a todos aquellos que luchaban y buscaban la igualdad, el respeto, la tolerancia a la diversidad sexual y a las formas de pensar.

En 1978 el Comité del Orgullo Gay de San Francisco organizó un concurso para el diseño de una bandera. Por lo que el artista plástico Gilbert Baker ganó el concurso con una bandera que tenía ocho franjas horizontales con diversos colores. Cada color representaba un significado como el rojo representaba la vida, el rosa (fucsia) la sexualidad, el anaranjado la sanción, el amarillo la luz del sol, el verde la tranquilidad con la naturaleza, el turquesa la magia y el arte, el color índigo la armonía y el violeta la espiritualidad. En el año siguiente la bandera cambió ya que el color rosa (fucsia) cambió por rosa subido debido a que el color no se producía en la industria. En cuanto a los colores turquesa y índigo cambiaron por el azul holandés. Esta bandera se ha convertido en el emblema mundial de la comunidad gay.

En este pequeño recorrido en estos periodos como Grecia, Roma, el Cristianismo y Santa Inquisición y la Segunda Guerra Mundial, podemos darnos cuenta que la homosexualidad es un pecado por lo tanto debe de ser castigada.

Sin embargo, a pesar de que el tema de la homosexualidad es tan controversial hay personas que consideran a la homosexualidad como una actividad sexual normal, otras, en cambio, piensan que se trata de conductas aberrantes o antinaturales. Por lo que nos podemos dar cuenta que el ser humano no es libre de decidir por su propia sexualidad es decir, los individuos reprimen su sexualidad y su orientación sexual. Cuando un individuo se sale del parámetro de lo establecido socialmente y sí realiza algo "anormal" dentro de la sociedad es un trasgresor de las normas y las reglas; es por ello que se le castiga, se le tortura, se le reprime (sexualmente), se le descomulga por realizar actividades y prácticas no permitidas socialmente. Por lo que podemos, concluir que la homosexualidad en el transcurso del tiempo no han sido totalmente aceptada.

### 2.1.2. Escenarios conceptuales para reflexionar sobre la homosexualidad y la homofobia

En este trabajo partimos del concepto de homofobia que es el centro de nuestro problema con el objetivo de hacer una reflexión que nos permita contextualizar desde el punto de vista conceptual el tema que ahora nos ocupa. Homofobia son las actitudes de odio, menosprecio y devaluación a los homosexuales.

El término homofobia se refiere "a la aversión, odio, miedo, prejuicio o discriminación contra personas homosexuales. A menudo es utilizado para referirse a cualquier clase de oposición en contra de las relaciones sexuales o el amor entre personas de un mismo sexo<sup>19</sup>".

La homofobia es el término "que designa el odio o el rechazo a las personas homosexuales. Hay quienes la conciben como una enfermedad psicosocial que pertenece al mismo grupo de otras fobias parecidas, como el racismo, la xenofobia, el machismo, o la segregación religiosa. Las prácticas discriminatorias como las excluyentes están presentes en la homofobia y, en una gran variedad de estudios, se le relaciona con el odio, el rechazo y la opresión sistemática hacia personas que se relacionan amorosa, erótica y sexualmente con personas de su mismo sexo<sup>20</sup>".

Carlos Monsiváis señala que "la homofobia significa el odio irracional hacia gays y lesbianas, no antipatía sino prejuicio activo que viene de la tradición y, al rechazar las normas legales y desarrollo civilizatorio, se expresa en crímenes de odio, despidos, hostigamientos de diversa índole, discriminación, múltiple, golpizas y rechazos familiares<sup>21</sup>". Para el escritor "los crímenes de odio no son cometidos por las relaciones personales o pasionales, sino por la necesidad de sentirse superior y de extirpar a un miembro de una especie denigrante<sup>22</sup>".

Guillermo Núñez Noriega define la homofobia como el temor, la ansiedad, el miedo al homo erotismo, hacia el deseo y la expresión de ese miedo y ansiedad con violencia; una

<sup>19</sup> Coalición Internacional Contra el Tráfico de Mujeres, *Manual de Capacitación, sobre Masculinidad, Iniciación Sexual Consumo de la Prostitución*, México, 2005, Pág.115

<sup>20</sup> Blumenfeld, *Variantes*, 1992. Pág.26

<sup>21</sup> [http://es.letraese.org.mx/La %20batalla.doc](http://es.letraese.org.mx/La%20batalla.doc) (recuperado el 29 de Noviembre del 2007)

<sup>22</sup> [http://www. Comisión de Derechos Humanos del Distrito F.htm](http://www.Comisión de Derechos Humanos del Distrito F.htm) (recuperado el 30 de Noviembre del 2007)

ansiedad que previamente ha sido creada en un proceso de socialización Núñez plantea que la homofobia es una actualización del rol de género considerado normal.

Por su parte, Daniel Caséz, considera a la "homofobia como la aversión a las personas que no se apegan al *desideratum*, siempre heterosexual. La homofobia es otra forma de expresión de temor y odio a lo diferente, a lo que subvierte normas atribuidas a la naturaleza, a lo que cuestiona los ordenamientos tradicionales y religiosos y elige alternativas que atentan contra la estancia patriarcal"<sup>23</sup>.

A partir de estas definiciones podemos concluir que la homofobia es el odio, la intolerancia, la discriminación, la exclusión, y las manifestaciones de violencia como son la física, verbal y psicológica. En cuanto a las personas homofóbicas se caracterizan por tener sentimientos de temor, enojo, odio, angustia o impotencia cuando observan actitudes que consideran como femeninas en los hombres, o actitudes consideradas masculinas en las mujeres. Generalmente estos sentimientos suelen no ser conscientes en quien los padece y pueden manifestarse a través de la burla, la agresión verbal, física o el asesinato<sup>24</sup>.

La homofobia, como cualquier otra actitud, no se manifiesta sólo con la presencia de ciertos comportamientos (en este caso la agresión, el insulto o el rechazo manifiesto) sino que se distinguen tres componentes que aunque relacionados, son independientes.

En el siguiente "ejemplo, fue tomado de López y Fuertes quienes diferencian claramente los componentes de una actitud positiva y una actitud negativa hacia la homosexualidad"<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup>Cazés Menache, Daniel, *La perspectiva de Género*. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles, México, CONAPO / Instituto Nacional de las mujeres/ Centro de investigaciones interdisciplinarias en ciencias sociales, 2005. Pág.99

<sup>24</sup>Tu futuro en libertad. *Por una sexualidad y salud reproductiva con responsabilidad*, México, Gobierno del Distrito Federal (Secretaría de Educación del Distrito Federal), 2008, Pág. 57.

<sup>25</sup>Soriano Rubio, Sonia, *Cómo viven homosexualidad y el lesbianismo*, Salamanca: Amarú Ediciones, 1999. Pág.50

Actitudes hacia la homosexualidad<sup>26</sup>

	Positiva	Negativa
<b>Opiniones</b>	Es una orientación minoritaria, pero normal	Es anormal
<b>Sentimientos</b>	Los homosexuales son como los demás, hay de todo  Aceptación No especiales	Son peligrosos raros Rechazo Asco, miedo
<b>Conductas</b>	Convivencia normal	Evitación, mofa y agresión

En cuanto a “las características del odio homofóbico están las ejecuciones que gozan de legitimación social. La violencia de género: abuso del poder aprovechando los contextos de vulnerabilización. No sólo buscan matar a la víctima, sino humillarla y sobre todo exterminarla, borrarla de la faz de la tierra<sup>27</sup>”. Por otra parte cuando escuchamos las palabras como homofobia y prejuicio homofóbico nos referimos a los asesinatos contra las personas homosexuales, lesbianas, transgéneros y travestis por lo que son llamados crímenes de odio por homofobia.

A continuación presentamos las frases más comunes que forman parte de la homofobia: “ahí les va un chiste de maricones” / “Pásamela a mí, yo le quito lo lesbiana” / “Tengo un amigo volteado, pero bien buena onda” “No llores, pareces vieja, te vas a volver putito”.

Actualmente existen otras formas de rechazar a las comunidades sexuales como la lesbofobia y transfobia. La lesbofobia “es un tipo de discriminación homófona y sexista hacia las lesbianas. El origen de este rechazo podría estar en que las lesbianas rompen el modelo tradicional del patriarcado, ya que son económica y sexualmente independientes de los valores. La transfobia es el término específico que se ha acuñado para definir a todas aquellas expresiones y comportamientos de odio o rechazo a cualquiera de las condiciones transexual, transgénera o travesti. La manifestación de transfobia se da a través del menosprecio, el

<sup>26</sup> Soriano Rubio, Sonia, *Cómo viven homosexualidad y el lesbianismo*, Salamanca: Amarú Ediciones, 1999. Pág. 50

<sup>27</sup> <http://gremiosanluis.com/crimenesif.htm> (recuperado el 3 de Diciembre del 2007)

ataque, la burla, la humillación, la exclusión, la discriminación y la violencia física o verbal hacia las personas que manifiestan un rol o papel de género distinto al que socialmente se asigna a su sexo de nacimiento, como si por naturaleza les correspondiera<sup>28</sup>.

Como se puede notar la homofobia es una conducta discriminatoria. El diccionario de la Real Academia Española de la Lengua ofrece dos acepciones de la palabra discriminación: la primera tiene que ver con el sentido más positivo de la palabra, que es de "separar, distinguir, diferenciar una cosa de otra;" mientras que la segunda contiene un sentido negativo: "dar trato de inferioridad a una persona o grupo de personas por motivos raciales, religiosos, políticos, de sexo, de afiliación o ideológicos, entre otros".

Otra definición de discriminación, "consiste en clasificar a las personas en distintos grupos y tratar de forma distinta, y frecuentemente desigual, a los miembros de cada grupo, en cuanto a trato personal, derechos y obligaciones. El criterio que define a cada grupo, como el sexo, la raza o el estrato social determina el tipo de discriminación"<sup>29</sup>. Actualmente existen siete tipos de discriminación que son: discriminación por género, por pertenencia étnica, por discapacidad, discriminación en adultos mayores, religiosa, y a migrantes. Así mismo también se discrimina a las tribus urbanas como (punks, hippies, emos, darcketos y modas contra rockeros). Cabe mencionar que ninguna persona está exenta de ser discriminada, sin embargo la discriminación es mayor en los grupos vulnerables que son las niñas, niños, mujeres, personas con discapacidad, adultos mayores, comunidades indígenas, minorías religiosas, migrantes, extranjeros, personas que viven con VIH-Sida y personas con orientaciones sexuales distintas a la heterosexual. Por lo general la discriminación conlleva a estereotipos y prejuicios que se manifiestan en expresiones descalificadoras y actos discriminatorios que violan los derechos fundamentales de cualquier sujeto.

En lo que se refiere a la discriminación por preferencia sexual en México podemos decir que predomina el rechazo a la expresión homosexual, y en general, a toda preferencia que se aleje del canon predominante. Las personas con una orientación diferente a la heterosexual son víctimas del linchamiento moral y hasta físico por no compartir una práctica sexual convencional. En nuestro país la discriminación y la exclusión en la población gay es un mal

<sup>28</sup> Rueda Castillo, Angie, *Iguales pero Diferentes*, Gaceta 13-14. Enero-Junio 2008. Consejo Nacional para prevenir la Discriminación, 2008.

<sup>29</sup> Coalición Internacional Contra el Tráfico de Mujeres, *Manual de Capacitación, sobre Masculinidad, Iniciación Sexual Consumo de la Prostitución*, México, 2005, Pág.112.

que aqueja a este sector. Algunas personas consideran a los homosexuales como personas enfermas, anormales, ridículas, pervertidos sexuales, peligrosas, viciosas, generándoles un estigma social. En el caso de gays, lesbianas, bisexuales, travestis, transgéneros y intersexuales se tiende a tener distintas manifestaciones de discriminación de manera directas o indirectas como: la indiferencia, exclusión, rechazo, desprecio, abusos psicológicos (burlas, sobrenombres ofensivos, insultos), actos violentos como golpes, tratos diferentes y denigrantes, la discriminación en juegos, en actividades sociales o en el ambiente escolar y laboral.

Otra forma de discriminar es cuando se niega la posibilidad de donar sangre; de adoptar niñas o niños; de realizar un proyecto conyugal; cuando no se puede conseguir un empleo por la apariencia, o cuando se persigue y se juzga a las personas argumentando que dañan las buenas costumbres o a la moral pública. Éstas son prácticas frecuentes y sutiles que se consideran como normales. La discriminación es un problema que afecta los derechos fundamentales de las personas y grupos, particularmente los de aquellos que han sido colocados en condiciones de desventaja. A pesar de que todas las personas tenemos derechos, como el derecho al trabajo, a una vivienda y hasta decidir de nuestra propia sexualidad estos derechos en más de una ocasión son violados.

Los malos tratos hacia los gays y lesbianas comienzan con la violencia física, psicológica, la discriminación y la homofobia. En diferentes ámbitos desde la familia, en las relaciones de pareja o en el trato con amigos; la escuela, el trabajo, en las religiones, en las calles, en las instituciones del gobierno y de la sociedad son los lugares donde se manifiestan. Sin embargo, aunque se ejerza en el ámbito de lo privado e incluso de lo íntimo, repercute en la esfera de lo público en la medida que puede generar un resentimiento y enfrentamiento social, las violaciones a los derechos humanos e incumplimiento de la ley no permiten una convivencia armónica necesaria en la sociedad. El tener una orientación sexual diferente a la heterosexual no debe ser motivo de rechazo, exclusión o de violencia.

La discriminación por homofobia comienza desde la edad preescolar; en muchas ocasiones los niños se comportan “amaneradamente” y por lo general los profesores (as) comienzan a cuestionar a los padres y les sugieren que los lleven al psicólogo o al médico. Debido a esto se hace presente la homofobia ya que a los niños se les trata con mano dura, se les reprime llorar, no se les permite jugar con juguetes que no sean de niños. Además se les obliga a practicar deportes como karate o fútbol. En el caso de las mujeres lesbianas en las

escuelas sufren de discriminación y rechazo al mostrar su orientación sexual y su conducta distinta a la de una mujer, esta situación provoca la burla y el odio al conocer a alguien diferente.

En el ámbito familiar también muchas mujeres lesbianas, se enfrentan al rechazo que se traduce en agresiones o imposiciones para que se casen o tengan hijos. Por otra parte si se es madre lesbiana se enfrentan cotidianamente al cuestionamiento de la misma familia o de la sociedad de cómo van a educar a sus hijos o cuestionando su elección de ser madres lesbianas. En el caso de los homosexuales, su sexualidad es ejercida de manera tradicional, casándose, teniendo hijos y siendo buenos padres o madres, pero siempre martirizándose; a esto es el conoce como homofobia autoaflicida, es decir, cuando el propio gay se sanciona así mismo, violentándose y siendo su peor enemigo en algunos casos llegan hasta el suicidio.

En el ámbito laboral al igual que los hombres gay y mujeres lesbianas sufren discriminación si se enteran de su orientación sexual, sufren acoso, violencia sexual y psicológica de quienes ejercen su machismo y misoginia. Muchos gays y lesbianas tienden a vivir bajo la presión de tener que fingir que no se es lesbiana u homosexual. Viven temiendo a perder sus familias o hasta sus propias vidas a causa de la homofobia. La opresión social y el miedo al rechazo pueden llevar a la depresión, y hasta al suicidio.

Dentro de las actitudes discriminatorias también se encuentra el asesinato de personas por el sólo hecho de tener una orientación sexual diferente a la heterosexual. A dichos asesinatos se les conoce como crímenes de odio, y su existencia considerada un signo muy negativo para la vigencia de los derechos humanos. A estas actitudes discriminatorias se les conoce como expresiones de homofobia. Actualmente existen diferentes niveles de homofobia que legitiman socialmente la discriminación. A nivel personal la homofobia se refiere a las personas que por sus creencias o prejuicios rechazan a las distintas orientaciones sexuales (esta creencia está interiorizada en cada persona a través de su cultura).

En el nivel interpersonal: se presenta cuando hay un prejuicio personal que afecta las relaciones entre los individuos, transformando al prejuicio en discriminación, y a nivel institucional está conformada por los organismos gubernamentales, empresariales, educativos o religiosos que discriminan por la orientación sexual o la preferencia sexual. Según el CONAPRED, en el nivel cultural la discriminación se soporta en las normas o códigos de

conducta que sin estar expresamente inscritos en una ley o reglamento funcionan en la sociedad para legitimar la opresión que se da en cuanto a las preferencias sexuales<sup>30</sup>.

Por todo lo anterior podemos decir que la discriminación tiene diversos orígenes y se expresa de formas muy diversas; deteriora la convivencia entre las personas, margina a quienes se encuentran más propensos a sufrirla y, asimismo limita su desarrollo humano y el disfrute a los derechos fundamentales. Es por esto que el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), menciona las formas más cotidianas de la discriminación:

- 1.-Dar un trato diferencial que vulnera derechos a una persona o grupo en razón de algún atributo o rasgo específico.
- 2.-Manifestar actitudes de menosprecio e intolerancia hacia alguien debido a su pertenencia a un grupo que se concibe como diferente y menos valioso; y
- 3.-Crear un ambiente hostil y humillante hacia quienes, en razón de estereotipos, se consideran inferiores<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> *Campaña Nacional y Día Contra la Homofobia* "Material de apoyo", Dirección de Educación, Divulgación y Comunicación Social, Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, México, 2005. Pág. 9.

<sup>31</sup> *Prohibido Discriminar, por una cultura del respecto a la diversidad humana*, Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, Bloque I los mecanismos de la discriminación, México, 2004, Pág.19.

### 2.1.3. Creencias y costumbres que sustentan la homofobia

El sentimiento y la creencia homofóbica pueden ser explicados a partir de la reflexión sobre tres grupos de conceptos, tal y como se advierte a continuación:

#### a) Género, rol de género, masculinidad

Entendemos por género a “la asignación de sexo femenino o masculino desde el momento en el que se nace, y además de que el género se establece por la apariencia externa de los genitales”<sup>32</sup>. Generalmente los padres al nacer sus hijos los visten de color rosa para niña, de color azul, para el niño, esto se realiza para diferenciar a hombres de mujeres o mujeres de hombres. El rol de género se define como el conjunto de expectativas sociales y culturales de los comportamientos “apropiados” para las mujeres y los hombres<sup>33</sup>. Estos roles comienzan en el seno familiar donde aprendemos valores y a relacionarnos con el entorno social, por lo que observamos, aprendemos y reproducimos dichos valores. Por ejemplo: el padre es "jefe de la casa", el símbolo de la autoridad y la madre realiza labores propias del hogar.

La masculinidad se refiere a la forma aprobada de ser en una determinada sociedad; en nuestras sociedades el concepto de masculinidad dicta que el hombre adquiera ciertas características para “ser hombre”, por ejemplo: competencia, desconfianza, alejamiento, rudeza, individualismo, egoísmo y dominio<sup>34</sup>. Por lo que la masculinidad se refiere a los rasgos que caracteriza al género masculino. La masculinidad en nuestra sociedad se caracteriza por renunciar al dolor, sufrimiento físico o psicológico. Por otra parte la masculinidad también se entiende que son una serie de significados de orden social que son cambiantes y se van construyendo de acuerdo a las necesidades y también por la interacción de unos con otros. En cuanto a la moral sexual tradicional se resiste a aceptar y a no respetar a las personas con diferente orientación sexual a la heterosexual, teniendo como resultado la homofobia y la discriminación, lo que justifica todos los actos discriminatorios o de violencia aunque atente a la integridad de las personas homosexuales.

---

<sup>32</sup>Coalición Internacional Contra el Tráfico de Mujeres, *Manual de Capacitación, sobre Masculinidad, Iniciación Sexual Consumo de la Prostitución*, México, 2005Pág.20.

<sup>33</sup>Ibidem, Pág.21

<sup>34</sup> Ibidem, Pág.117

## b) Sexualidad, identidad sexual y preferencia sexual

La sexualidad es definida como “el conjunto de fenómenos emocionales y de conductas relacionadas con el sexo, que marca de manera decisiva al ser humano en todas las fases de su desarrollo. El concepto de sexualidad comprende tanto el impulso sexual, dirigido al goce inmediato y a la reproducción, como los diferentes aspectos de la relación psicología con el propio cuerpo y de las expectativas de rol social”<sup>35</sup>. Por lo que podemos decir que la sexualidad, está constituida por factores biológicos, psicológicos, sociológicos culturales, históricos y políticos de tal manera que las formas de experimentar la sexualidad para cada persona y cada grupo social son construidas en el curso de las prácticas sociales que varían dependiendo de la sociedad, la época y el país de que se trate.

“La identidad sexual, también llamada identidad de género, se define como el sentimiento de pertenencia a uno u otro sexo, es decir, el convencimiento de ser hombre o mujer. Esta percepción hace que nos veamos como individuos sexuados en masculino o femenino”<sup>36</sup>. Por lo que la identidad de género es la construcción subjetiva de lo masculino y lo femenino. Es el juicio de auto y heteropercepción basado en aquellos aspectos que, a lo largo de la historia, han ido conformando culturalmente al hombre y a la mujer actividades, cualidades, costumbres, afectos físicos, etc. En sociedades como la nuestra, la identidad de género se ha construido históricamente a partir de un modelo hegemónico de masculinidad, donde lo femenino se define en relación con lo masculino. Esto da lugar a la una relación de dominación y subordinación es decir, lo masculino sobre lo femenino.

En la construcción de las identidades sexuales se combinan al menos tres dimensiones: “a) la identidad sexual o identidad de género: es cuando nos reconocemos si somos hombres o mujeres, b) la orientación sexual: si nos sentimos atraídos sexualmente hacia los hombres, las mujeres o hacia ambos sexos, c) la identidad social: es cuando nos identificamos públicamente como heterosexuales, homosexuales, lesbianas, bisexuales, transexuales, transgénero”<sup>37</sup>.

<sup>35</sup> Ibídem, Pág.120

<sup>36</sup> [http://www.sexualidad.es/index.php/Identidad\\_sexual](http://www.sexualidad.es/index.php/Identidad_sexual) (recuperado el 9 de Enero del 2007)

<sup>37</sup> Tu futuro en libertad. *Por una sexualidad y salud reproductiva con responsabilidad México*, Gobierno del Distrito Federal (Secretaría de Educación del Distrito Federal), 2008. Pág. 50-51

Las preferencias u orientaciones sexuales de los humanos se clasifican en: Heterosexuales (personas que se relacionan erótica y afectivamente con personas de otro sexo), Homosexuales (hombres que se relacionan erótica y afectivamente con otros hombres), Lesbianas (mujeres que se relacionan erótica afectivamente con otras mujeres), Bisexuales (personas que se relacionan eróticamente y afectivamente con hombres y mujeres), Intersex (personas que son transexuales o personas que han nacido con características genitales de ambos sexos o indefinidas). Para las prácticas sexuales que tienen hombres que se rehúsan o niegan llamarse a sí mismos como homosexuales, lesbianas, bisexuales, transgénero, o cualquier otro término que los identifique, frecuentemente se identifican con el término HSH (hombres que tienen sexo con otros hombres).

### **C) Estigma, prejuicio y machismo**

Erving Goffman, en su libro *Estigma. La identidad deteriorada*, señala que fueron los griegos “quienes crearon el término estigma para referirse a signos corporales con los cuales se intentaba exhibir algo malo y poco habitual en el estatus moral de quien los presentaba. Los signos consistían en cortes o quemaduras en el cuerpo, y advertían que el portador era un esclavo, un criminal o un traidor<sup>38</sup>”. El estigma que sufre una persona se caracteriza por prejuicios, exclusión, culpabilidad o devaluación, que nace de un juicio social adverso sobre una persona o grupo. Hoy en día los signos corporales que distinguen al estigma de los griegos han desaparecido. El estigma actualmente se manifiesta a través de las prácticas sociales basadas en factores como son la edad, condición social, color de piel, grupo étnico, creencias religiosas y la sexualidad.

El estigma cumple la función de ser un medio de control social que contiene normas sociales y sanciona a quienes no las cumple. Éste es el medio ideal para que se reproduzcan conductas de discriminación hacia los homosexuales pues no cumplen con las normas ni mucho menos con las exigencias sociales y se tiene como consecuencia un estigma social. Estas actitudes se manifiestan en las prácticas de desprecio, exclusión, rechazo hacia algún individuo o grupos de personas se da debido a algún rasgo o características de éstas, y que generalmente los derechos y las oportunidades no se establezcan en condiciones desigualdad

<sup>38</sup>Goffman, Erving, *Estigma la identidad deteriorada*, Buenos Aires, Pág.7

para todos. Por lo tanto el estigma es una marca creada por la sociedad para desprestigiar, devaluar y humillar, para privilegiar a unas personas sobre las otras, para controlar y dominar.

El prejuicio es definido por el CONAPRED como “la predisposición irracional a adoptar un comportamiento negativo hacia los miembros de un grupo, que descansa sobre una generalización errónea y rígida acerca de sus miembros y que los perjuicios contra miembros de un grupo particular. Señala que frecuentemente, los prejuicios se clasifican según la categoría social que es objeto de la generalización<sup>39</sup>”. Podemos entender que el prejuicio antihomosexual en nuestro país comienza con la mirada de desprecio, sonrisa burlona, el chiste ofensivo, las expulsiones del hogar, el maltrato en la escuela y los despidos laborales. El prejuicio se da a partir de una opinión basada en lo que es bueno o malo, opiniones negativas o positivas, opiniones objetivas o subjetivas. Esta opinión surge cuando se juzga a un individuo sin conocer a las personas. A través de estos motivos se realizan actos de discriminación que se fundamentan en prejuicios.

Otro prejuicio que es más intenso, es cuando se lleva al individuo a evitar el contacto con miembros del grupo que le desagradan. En este caso, la persona prejuiciosa no inflige ningún daño directo al grupo que le disgusta. Sin embargo, la discriminación se da cuando la persona con prejuicios lleva a la práctica, una distinción hecha en deterioro de algún grupo. Además que emprende la tarea de excluir a todos los miembros del grupo. A continuación presentamos ejemplos comunes de prejuicios hacia homosexuales: “Ese chavo debe ser maricón, mira sus ademanes” / “Ese tipo es gay por lo que seguro tiene Sida”.

El machismo en las sociedades occidentales es definido como el “conjunto de actitudes, conductas, prácticas sociales y creencias destinadas a justificar y promover el mantenimiento de actitudes discriminatorias contra las mujeres y contra hombres cuyo comportamiento no es adecuadamente “masculino””. En el caso de los homosexuales el machismo castiga el comportamiento afemeninado en los varones. El machismo se caracteriza por la fuerza, brutalidad y la rudeza, sin embargo, la caballerosidad es otra manera de ejercer el machismo. La exigencia social en los hombres no permite que los varones expresen sus sentimientos y tristezas por lo que no está permitido expresar dichas emociones y se les fomenta reprimir sus sentimientos callándolos por miedo a la burla. Así mismo, el machismo se representa a través

---

<sup>39</sup> CONAPRED, Programa, 2006. Pág. 104

de una estructura de poder y de un comportamiento cultural entre hombres y mujeres, donde estereotipo del valor del hombre está por encima de las mujeres. Las mujeres son consideradas como inferiores. En el caso de los homosexuales el temor se hace presente por perder a los amigos, la familia, el trabajo o la vivencia, así como el miedo a la burla, a la pobreza, a la prisión o al tratamiento psiquiátrico algunos homosexuales se les fuerza a tener relaciones heterosexuales obligándolos a vivir en la simulación o a llevar una doble vida a causa del machismo que no permite expresar libremente sus vidas sexuales y amorosas en los gays y lesbianas.

## **2.2. La homofobia en México**

### **2.2.1. La historia de la homosexualidad en México**

En nuestro país el tema de la homosexualidad ya era conocido desde los pueblos indígenas americanos. En esta época existían los llamados berdaches, quien los conquistadores españoles les llamaban hermafroditas, estos hombres tenían comportamientos femeninos. Los berdaches también eran conocidos como “dos espíritus”. Estos hombres no eran considerados ni como hombre ni como mujeres, los españoles los consideraban como un tercer sexo ya que en ocasiones tenían funciones espirituales. En la época de la conquista los berdaches eran considerados como pasivos por lo que fueron tratados con desprecio y crueldad. Algunos autores consideran que el año de 1513 puede ser considerado el año inaugural de la intolerancia homofóbica en el Nuevo Mundo.

A lo que se refiere a los pueblos mayas en cuanto al tema de la homosexualidad eran relativamente tolerantes con esta actividad sexual. Se sabe que en algunas fiestas sexuales entre los mayas incluían el sexo anal, lo que no impide que la sodomía estuviese condenada a muerte en horno ardiente. La sociedad maya consideraba la homosexualidad preferible al sexo prematrimonial, por lo que los nobles conseguían esclavos sexuales para sus hijos.

*“En el caso de “los Aztecas la homosexualidad se castigaba con la horca, el empalamiento para el homosexual activo, la extracción de las entrañas por el orificio anal para el homosexual pasivo<sup>40</sup>” y para las lesbianas se les golpeaba con un garrote hasta matarlas. “El cronista de la época de la conquista Bernal Díaz del Castillo relató*

<sup>40</sup><http://web.archive.org/web/20070824004531/http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/R/Reza+Bernarda-Llave+Veracruz.htm> (recuperado el 15 de Febrero del 2008)

*las practicas de homosexualidad entre las clases dirigentes aztecas, los actos de prostitución en jóvenes, así como los de travestismo en la zona de Veracruz<sup>41</sup>”.*

En cuanto al tema de “la homofobia en América Latina contemporánea tiene sus raíces en el machismo ibérico, cuyo basamento ideológico se inspiró en los tratados de teología moral de la época de la Conquista, los cuales declaraban: De todos los pecados, la sodomía es el más torpe, sucio y deshonesto, y no se encuentra otro más aborrecido por Dios y por el mundo. Por este pecado lanzó Dios el diluvio sobre la tierra y por este pecado destruyó las ciudades de Sodoma y Gomorra; por causa de la sodomía fue destruida la orden de los Templarios por toda la cristianidad en su día. Por lo tanto, mandamos que todo hombre que cometa ese pecado, sea quemado y convertido en polvo por el fuego, para que ya nunca de su cuerpo y sepultura se tenga memoria<sup>42</sup>”.

En esa época a los homosexuales se les perseguía “por tres tribunales: la Justicia Real, la Santa Inquisición y el Foro Episcopal<sup>43</sup>”. En “México se lideró la persecución a sodomitas en América Latina durante el periodo colonial: en 1658 fueron denunciados 123 sodomitas en la ciudad de México y sus alrededores, 19 de ellos fueron presos y 14 quemados en la hoguera. Uno de ellos logró eludir la hoguera por ser menos de 15 años, recibiendo pese a todo 200 azotes y seis años de trabajos forzados como castigo<sup>44</sup>”. Y como a finales del siglos XVI al XVII, España y Portugal vivían su periodo de intolerancia contra quienes practicaban el “adominable y nefasto pecado de sodomía, en la época del Virreinato en la Nueva España surgieron importantes intelectuales una de ellas fue Juana Inés de la Cruz hay quienes afirman que era lesbiana ya que en sus poesías alaba la belleza de mujeres. A partir del siglo XXI, se convirtió en un icono para comunidad lésbica.

Entrando el siglo XX, el 18 de noviembre de 1901 durante el gobierno de Porfirio Díaz se realizo una redada donde se encontraron con un baile donde se encontraban 22 hombres y 19 hombre vestidos de mujer todos ellos pertenecían a las clases altas de aquella época. Estos hombres estaban vestidos con elegantes vestidos, pelucas, pechos postizos, aretes y sus caras lucían maquilladas. Por lo que detuvo la policía a 42 detenidos, siendo este último detenido el yerno de Porfirio Díaz, Ignacio de la Torre al que se le permitió darse a la fuga y los presos

<sup>41</sup> <http://www.glbtc.com/social-sciences/mexico.html> (traducción propia) (recuperado el 19 de Febrero del 2008)

<sup>42</sup> *Disidencia sexual e identidades sexuales y genéricas*. Conapred 2006, Pág. 38

<sup>43</sup> Idem, pág.38

<sup>44</sup> *Ibidem*, pág.39-40

fueron sometidos a castigos humillantes, obligados a barrer las calles de la capital y a lavar las letrinas públicas. A esta época se le conoció como el Baile de la cuarenta y uno o como el Baile de los cuarenta y un maricones. “El número 41 o 42 pasó a formar parte de la cultura popular mexicana para referirse a los homosexuales, en el caso del 42 a los hombres pasivos<sup>45</sup>, pero en la década de 1930 ya existían en nuestro país bares y baños para homosexuales. Estos lugares de ligues se estaban establecidos en la Alameda, el Zócalo, el Paseo de Reforma y la calle de Madero.

Durante los siglo XX y XXI muchos homosexuales vivían su homosexualidad en clandestinidad y privacidad estando muchos ellos en el clóset. Por otra parte “las clases bajas de la sociedad mexicana solían mantener el modelo mediterráneo, por el que los homosexuales se dividen en activos y pasivos” siendo los activos «masculinos» y los pasivos «afeminados» y «despreciables»: «yo soy un hombre; si te chingo, tu no eres un hombre». Existe incluso miedo entre homosexuales activos a ser penetrados, porque temen la posibilidad de que les guste y dejen de ser «hombres»<sup>46</sup>.

Para finales del siglo XXI los homosexuales de clases altas, tomaron como estereotipo del modelo europeo del dandy. Sin embargo, después este estereotipo fue sustituido por un anglosajón donde los homosexuales “no se definen por dicotomía activo/pasivo, sino por el hecho de que tiene relaciones sexuales con otros hombres<sup>47</sup>”. Hoy en día a esta práctica sexual también se le conoce como Hombres que tiene Sexo con otro Hombre (HSH).

A lo largo de la historia de la homosexualidad se encuentran grandes personajes como actores, artistas, escritores, poetas y pintores que fueron homosexuales. Sin embargo, algunos de ellos han preferido callar y ocultar su homosexualidad debido al temor de ser perseguidos y torturados. Por lo que a continuación presentamos a los homosexuales más representativos de la historia como son: Platón, Sócrates, Safo, Alejandro Magno, Julio Cesar, Federico el Grande, Ricardo Corazón de León., Miguel Ángel, Leonardo Da Vinci, William Shakespeare, Oscar Wilde ,(1854-1900) que es un icono de la cultura gay, después de pasar dos años en prisión al ser acusado de homosexual. Una de las fundadoras de la identidad lésbica en el siglo XX, fue

<sup>45</sup> <http://www.glbtc.com/social-sciences/mexico,2.html> (traducción propia) (recuperado el 20 de Febrero del 2008)

<sup>46</sup> <http://www.glbtc.com/social-sciences/mexico,2.html> (traducción propia) (recuperado el 20 de Febrero del 2008)

<sup>47</sup> <http://www.glbtc.com/social-sciences/mexico,2.html> (traducción propia) (recuperado el 20 de Febrero del 2008)

Gertrud Stein (1874-1946). Virginia Woolf (1882-1941) quienes adoptaron el tema lésbico en gran parte de sus obras.

Así mismo, a personas que aseguran que Federico García Lorca (1898-1936) y Xavier Villaurrutia (1903-1950) tenían atracción por los hombres. El poeta Salvador Novo (1904-1974) trató su homosexualidad de manera abierta y era conocido como “el nalgador sobo”. Así mismo el actor James Dean, el cantante Freddy Mercury, Boy George, George Michael, Elton John, la cantante Marlene Dietrich y Greta Garbo y el escritor Michael Foucault también fueron homosexuales. En el ámbito cultural se encuentran grandes artistas destacados entre ellos Frida Kahlo quien algunos dicen era bisexual. Por otra parte en el ámbito musical se encuentra la cantante Chavela Vargas que en sus letras contenía elementos lésbicos. Otro cantante que se dice que es homosexual es Juan Gabriel. Otro escrito es Carlos Monsiváis a quienes afirman que es gay sin embargo, ambos no han aceptado públicamente su homosexualidad. Actualmente el cantante Christian Chávez cantante del grupo RBD admitió su homosexualidad públicamente al igual que Ricky Martin.

### **2.2.2. El movimiento homosexual en México**

En 1960 aun no existían comunidades homosexuales ni tampoco se hablaba de homosexualidad. Sin embargo, en 1969 el autor José Ceballos Maldonado publicó *Después de todo* una novela breve que abordó la homosexualidad de un modo realista y directo. Esta historia comienza cuando Barbachano mata al personaje central a través del suicidio, pero permite que sobrevivan sus diarios donde describe su amor inconfesable. Esta novela se considerada como la primer novela homosexual.

En la década de los 70' surgieron los primeros grupos homosexuales en la Ciudad de México y el estado de Guadalajara. Así mismo el 15 de agosto de 1971 surge por primera vez el movimiento homosexual llamado *Frente de Liberación Homosexual* (FLH); este grupo de militantes debatían diversas problemáticas, entre ellas la liberación sexual. Los objetivos de este movimiento eran difundir e informar acerca de temas relacionados con la homosexualidad ya que para muchos la homosexualidad era considera como una enfermedad o perversión en aquella época. Así mismo este grupo fue el primero que “salió del closet”.

En 1973 la activista Nancy Cárdenas dirigió y presentó la obra *Los chicos de la banda*, de Mart Crowley, esta obra es considerada como la primera obra teatral gay que se presentó en México. Y en 1975, en la conmemoración de la Conferencia del Año Internacional de la Mujer, realizada en el Distrito Federal el periódico *Excélsior*, por primera vez emplea el término *lesbiana* publicada como nota principal.

Durante la marcha del 2 de octubre de 1978, miles de personas protestaron por los 10 años de la matanza estudiantil en Tlatelolco. Dentro de esta marcha participaron numerosos contingentes en su mayoría eran homosexuales siendo encabezado por la Coordinadora de Grupos Homosexuales.

Otro grupo que surge influenciado por el feminismo fue el Frente Homosexual de Acción Revolucionaria (FHAR); este grupo fue el primer movimiento gay mexicano que salió por primera vez a las calles el 26 de julio de 1978. "Los lemas de este grupo fueron «socialismo sin sexismo», «nadie es libre hasta que todos seamos libres» o «ni enfermos ni criminales, simplemente homosexuales». Éstas eran las expresiones políticas que marcaron los años sesenta<sup>48</sup>". Dentro de sus demandas este grupo denunciaba la discriminación en todo el país hacia las minorías sexuales.

En 1979 se realizó la 1° Marcha del Orgullo Lésbico-Gay. Esta manifestación exigía los derechos de los homosexuales, y la libre expresión sexual y de igual manera realizaban protestas en contra de la represión sexual y policial. Contaba con la participación de homosexuales y lesbianas feministas que se incorporaban a las coaliciones como el Frente Nacional por la Liberación dirigido por Nancy Cárdenas y los Derechos de las mujeres (Fialidem) y el Frente Nacional contra la Represión. A partir de ese momento comienzan los debates sobre la sexualidad en algunos sindicatos, como el STUNAM y en los partidos Revolucionario de los Trabajadores (PRT) y el Partido Comunista Mexicano (PCM). Asimismo, surge *El Vampiro de la Colonia Roma*, novela de Luis Zapata en 1979. Esta historia narra la vida de un joven llamado Adonis, quien vivía en la Colonia Roma y que desde niño había fantaseado con tener relaciones con hombres, y descubre su vocación como prostituto, en el ambiente de la comunidad de gay se le conoce "*chichifo*", (hombre que ejerce la prostitución con hombres). Este autor centra su historia en el tema de la homosexualidad en estos años se

---

<sup>48</sup> Del Collado, Fernando, *Homofobia, odio, crimen y justicia*, 1995-2005, México 2007, Pág. 235

debatía sobre los temas de las relaciones y orientaciones sexuales. En ese mismo año se publicó el libro José Joaquín Blanco *Ojos que da pánico soñar* este autor se volvió un icono para la comunidad gay.

Con los cambios surgidos por la "revolución sexual" en la década de los sesenta, miles de jóvenes optan por la moda *unisex* y la divulgación de métodos anticonceptivos y el consumo de drogas. Así mismo esta situación trajo consigo la proliferación de la homosexualidad en el cine, teatro, literatura y artes plásticas, y en general, el movimiento de liberación sexual permitió a buena parte de las minorías disfrutar más abiertamente de su sexualidad.

En la década de los 80, surgieron los llamados cuartos oscuros o como hoy los conocemos *drark room*, en sustitución a los baños de vapor. Los cuartos oscuros se caracterizan porque ser cuartos completamente oscuros con telas negras. Y a los inicios de esa misma década, se realizó una marcha hacia la Basílica de Guadalupe, en protesta por la muerte de Monseñor Oscar Arnulfo Romero en El Salvador, en la que participó un grupo de gays. También en 1980, se realiza la II Marcha del Orgullo Gay, en el que un numeroso contingente se manifiesta en la sede de la policía del Departamento del Distrito Federal para exigirle a Arturo Durazo Moreno, el cese al hostigamiento policiaco, así como las redadas en bares y discos gay.

En los ochentas también aparece el Virus de Inmunodeficiencia (VIH/SIDA), siendo las primeras víctimas de este virus los homosexuales. En este mismo año se comienzan a documentar los primeros casos de VIH/SIDA en México. A partir de esta situación se reestructura la agenda de lucha, además se culpa a los homosexuales de ser los responsables de la pandemia del "cáncer rosa". Con la aparición del virus también "vino a trastocar y enterrar mucho de los avances que en materia de derechos humanos a favor de los homosexuales habían sido impulsados"<sup>49</sup>. Es hasta 1985 que se crearon las primeras organizaciones para apoyar a personas con SIDA, principalmente a grupos de homosexuales.

En 1981 surge el Grupo Lambda de Liberación Homosexual y la Organización de Lesbianas Oikabeth, y en 1982 se forma el Comité *de Lesbianas y Homosexuales en Apoyo a Rosario Ibarra (CLHARI)*. En 1984 se estrena la película *Doña Herlinda y su hijo*, de Jaime

---

<sup>49</sup>Collado del Fernando., *Homofobia, odio, crimen y justicia*, 1995-2005, 2007, Pág. 118

Humberto Hermosillo, cuya trama muestra la relación de una madre alcahueta, su hijo y el amante de éste. Esta película causó un gran escándalo por contener una temática homosexual y la salida del closet. En este mismo año se festejó la VI Marcha del Orgullo Gay sin embargo, este festejo fue opacado por la violencia que fue ocasionada por ex integrantes del desaparecido FHAR (Frente Homosexual de Acción Revolucionaria), quienes argumentaban que su objetivo ya no era buscar visibilidad, sino buscar identidad. Por tal motivo, se decide separar lo gay de lo lésbico. Dos años después, la policía interviene en la VIII Marcha de Gays y Lesbianas y con violencia arremete a los manifestantes.

El Primer Encuentro de Lesbianas Latinoamericanas y de El Caribe se realiza en nuestro país en 1987, al siguiente año se crea la *Coordinadora Nacional de Lesbianas Feministas*. La *Semana Cultural Gay* se realiza por el Círculo Cultural Gay en el Museo Universitario del Chopo y en otras ciudades del país por otras organizaciones. Y ya para los años 90 comienzan a tener voz las primeras protestas por los asesinatos de homosexuales además de pedir respeto hacia la diversidad sexual. En 1990 se funda la Comisión Internacional de Derechos Humanos de Gays y Lesbianas (IGLHRC), cuya misión es salvaguardar, como su nombre lo indica, los derechos humanos de las minorías sexuales. Durante ese mismo año se transmite en Radio Educación, el programa *Medianoche en Babilonia* para público gay conducido por el actor Tito Vasconcelos. El 17 de mayo de 1990, la Asamblea General de la Organización Mundial de la Salud (OMS) declara que la homosexualidad no es una enfermedad mental.

En 1991 en nuestro país se abrió la primera agencia de viajes especial para homosexuales.

En 1992 se creó la asociación lésbica El clóset de Sor Juana dirigida por Patricia Jiménez y Gloria Careaga Pérez. Esta asociación es más importante del país y como ONG fue acreditada por Naciones Unidas para la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer, y también en ese año se realizó la primera marcha gay en Tuxtla Gutiérrez que tuvo como objetivo exigir el esclarecimiento de los 30 crímenes de travestís cometidos desde 1989 a 1993<sup>50</sup>.

---

<sup>50</sup> <http://www.letraese.org.mx/cronologia.htm> (recuperado el 5 de Marzo del 2008)

En 1994 muere Nancy Cárdenas, pionera del movimiento de liberación homosexual. Pero en 1997 Patricia Jiménez toma posesión como diputada federal por el Partido Revolucionario Democrático (PRD), siendo la primera diputada abiertamente lesbiana. En este mismo año el presidente Jorge Emilio González Martínez del Partido Verde Ecologista de México (PVEM) manifestó su postura conservadora y contraria a la diversidad sexual. Por lo que declaró González: *“Estoy totalmente en contra de la homosexualidad. Simplemente no es algo sano, es algo antinatural, es ir en contra de un proceso. La naturaleza junta al hombre y a la mujer”*.

En 1998 la Asamblea Legislativa del Distrito Federal organiza el primer Foro Legislativo sobre Diversidad Sexual<sup>51</sup>, y se crea también la Comisión Ciudadana Contra Odio por Homofobia. Esta Comisión cuenta con la colaboración de un grupo de distinguidos ciudadanos provenientes de los ámbitos científicos, artísticos, religiosos, médicos, periodistas y políticos que respaldan, asesoran y orientan la comisión. Esta comisión está integrada por el escritor Carlos Monsiváis, Marta Lamas, Luís Villoro, Patricia Kelly, Cristina Pacheco, entre otros.

En 1999, miles de personas participan en la Marcha del Orgullo Lésbico Gay y por primera vez esta marcha llega hasta la plancha del Zócalo, lo que puede tener alguna relación con el hecho de que durante el sexenio de Ernesto Zedillo (1994-2000) hubo 213 homicidios de homosexuales y lesbianas, por lo que se ha considerado este periodo como uno con los más altos índices de asesinatos por homofobia. En el sexenio de Vicente Fox (2000-2006) se reportaron 206 casos de ejecuciones de homosexuales<sup>52</sup>.

En el 2002 se comienzan a transmitir los primeros programas en radio con temáticas entorno a la homosexualidad, como el programa Tripe G. En el siguiente año la programación del Canal Once transmitió en la televisión abierta la serie Queer as Folk que aborda explícitamente el mundo gay. En el 2003 se realizó el reality show Big Brother donde uno de los participantes aceptó públicamente su homosexualidad a través de la televisión.

También en el 2003 se lleva a cabo la Primera Marcha Lésbica en el país, y es el año también en que el Partido México Posible postuló a 40 personas con orientaciones sexuales como homosexuales, lesbianas y transgéneros como candidatos a diputados federales. Dicho

<sup>51</sup> <http://www.lettraese.org.mx/cronologia.htm> (recuperado el 5 de Marzo del 2008)

<sup>52</sup> Collado del Fernando., *Homofobia, odio, crimen y justicia*, 1995-2005, 2007, Pág.31.

partido hace un llamado de atención a la sociedad contra la legitimación de la violencia homofóbica, que coloca a la población gay en una condición de vulnerabilidad civil tanto frente al mercado laboral como ante el sistema de justicia, por lo que propone promover políticas educativas que modifiquen las actitudes de intolerancia. Y este mismo partido, en 2007 postula para el Congreso al transexual Amaranta Gómez.

Así mismo, el 29 de abril de 2003 se aprueba la constitución de la Comisión Nacional para Prevenir y Eliminar la Discriminación (CONAPRED). Esta institución se encarga de recibir y resolver casos de discriminación además “de desarrollar acciones para proteger a todos los ciudadanos y las ciudadanas de toda distinción o exclusión basada en el origen étnico o sexo, edad, discapacidad, condición social o económica, condiciones de salud, embarazo, lengua, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra, que impida o anule el reconocimiento o el ejercicio de los derechos y la igualdad real de oportunidades de las personas<sup>53</sup>.”

Desde el punto de vista jurídico-político, en 2007 se publica el reglamento de la Ley de Sociedades de Convivencia en la Ciudad de México que entró en vigencia desde el 16 de marzo de ese mismo año. Esta ley permitirá la unión civil de personas del mismo sexo. Las uniones que se realicen mediante la Ley de Sociedades de Convivencia no son exclusivamente para uniones gays sino también para heterosexuales. Basta con convivir en un hogar con otra persona con la que se comparta amistad, responsabilidades o tareas.

Dicha ley tuvo sus antecedentes en la propuesta de ley se hizo ante el pleno legislativo en abril de 2001 con el objetivo de otorgar garantías jurídicas a las parejas del mismo sexo. Esta ley pretendía reconocer la obligación del Estado para otorgar igualdad de oportunidades a todas y todos los ciudadanos, además de reconocer la diversidad de las formas de convivencia social y sobre todo las formas afectivas no convencionales. Dicha propuesta fue elaborada por 180 organizaciones, y la iniciativa fue promovida por el Partido Revolución Democrática (PRD). Sin embargo, en 2004, durante el gobierno de López Obrador, la iniciativa fue congelada. La Iglesia Católica, por su parte, también se opuso a dicha iniciativa y posteriormente a la ley, ya que el Consejo Episcopal de la Arquidiócesis Primada de México condenó su aprobación.

---

<sup>53</sup> [www.conapred.org.mx](http://www.conapred.org.mx) (recuperado el 16 de Marzo del 2008)

El mismo día que la ley se publicó, se realizó la primera boda entre dos personas del mismo sexo en nuestro país. La boda tuvo lugar en el Distrito Federal en la delegación Venustiano Carranza, y la pareja estuvo conformada por el periodista Antonio Medina y su novio, Jorge Cerpa Velázquez, quienes vivían juntos desde hacía más de cuatro años. En este evento se unieron simbólicamente 2.000 parejas homosexuales y lesbianas.

Cabe destacar que el primer estado donde entró en vigor esta ley similar fue el estado de Coahuila, donde se realizó la primera unión entre pareja de lesbianas. María Carreón, de 39 años, y Amparo Maldonado, de 24, registraron su "pacto civil de solidaridad" bajo una ley que entró en vigor en enero, siendo Coahuila el primero de los 31 estados mexicanos que reconoce esas uniones.

El 17 de mayo de 2008, se llevó a cabo en nuestro país el primer matrimonio civil de la pareja transexual. En este enlace matrimonial participaron Diana Laura Guerrero (antes José Manuel) y Mario Sánchez (antes María del Socorro). Al evento asistieron familiares, amigos, activistas, políticos, psicólogos y miembros de la comunidad LGBTTTT. Esta fecha fue especial también porque se conmemoró el Día Internacional contra la Homofobia.

También durante el 2008, diputados del Partido Socialdemócrata presentaron ante la Asamblea Legislativa del Distrito Federal (ALDF) la iniciativa para el Cambio de Nombre y Adecuación Sexual en Caso de Cambio de Sexo o Discordancia con la Identidad de Género. Esta iniciativa pretende otorgar una nueva acta de nacimiento a todas aquellas personas que se sometan a una reasignación sexo-genérica además de que las intervenciones realicen en hospitales públicos de manera gratuita.

### **2.2.3. La comunidad LGBTTTT de México**

La comunidad LGBTTTT se compone de homosexuales hombres y mujeres que por el tipo de participación o rol que juegan en sus relaciones sexuales homosexuales, se dividen en activos, pasivos e inter. Es de destacar que esta clasificación, sin embargo, se aplica a los homosexuales hombres básicamente. Con el tiempo, los tres grupos que confirman los estilos de vida de los homosexuales han cambiado, dando origen a otros.

Sin embargo, estos son los más comunes:

- Los homosexuales activos son aquellos que gustan controlar el desarrollo del erotismo hasta en el acto sexual, siendo ellos los únicos que podrían penetrar a su pareja.

-Los homosexuales pasivos son aquellos que gustan ceder el control del erotismo y de las relaciones sexuales con su pareja, siendo ellos los únicos penetrados oralmente o analmente.

-Los homosexuales inter son aquellos que pueden jugar dos papeles dentro de sus relaciones eróticas y sexuales. Así pueden penetrar y ser penetrados adecuadamente a momentos y situaciones diferentes.

Otra clasificación más popular tipifica a los homosexuales con base a lo que se conoce como pirámide homosexual del imaginario colectivo gay, misma que clasifica a los homosexuales en vestidas, jotos, chacales, no obvios y closeteros. A continuación presentamos las diferencias y características de estos subgrupos:

-Primer grupo: Las llamadas “vestidas”. Son varones homosexuales que gustan vestir con ropas del sexo opuesto así como maquillarse y adoptar comportamientos femeninos. En el terreno sexual son pasivos.

-Segundo grupo: “Jotos” o “jotas”. Este grupo está compuesto por varones homosexuales que sin transgredir completamente el estereotipo del género masculino han adoptado actitudes femeninas. Este grupo se caracteriza por vestir con ropas entalladas, mascaradas, pulseras, collares, aretes etc. Así la comunidad los autoidentifica por cambiar sus nombres por nombres femeninos por ejemplo: Mauricio es Diana. En el terreno sexual son pasivos y en pocas ocasiones son activos.

-Tercer grupo: los chacales que son varones que no se consideran homosexuales, pero que a pesar de ello, aceptan que le gusta entablar relaciones eróticas y afectivas con vestidas, jotos y no obvios. Estas personas se caracterizan por tener actitudes viriles como dejarse crecer la barba, escupir, traer ropa con logotipos de fútbol. A un chacal se le puede encontrar en lugares de afluencia gay como bares, discotecas,

estaciones de metro como Balderas y Salto de Agua e Insurgentes así como la Zona Rosa y la Alameda Central entre otros. En el terreno sexual son activos.

-Cuarto grupo: los “no obvios”. Estos homosexuales ocupan el status más altos dentro de la comunidad homosexual y al saber su posición de alta jerarquía, evitarán relacionarse con las vestidas y los jotos pues según ellos podrían acarrearles desprestigio. En cuanto a las relaciones sexuales este individuo sólo penetrara y nunca será penetrado.

-Quinto grupo: los llamados “closeteros”, que son llamados así porque mantienen en secreto su orientación sexual ya sea por vergüenza, miedo o inseguridad.

Por otra parte, en lo general, los medios de comunicación masivos y en específico la televisión han presentado a los homosexuales afeminados y ridiculizados, siendo objetos de burlas y mofas, lo que resulta relevante en términos sociales si se tiene en cuenta que la televisión es un vehículo para transmitir ideas, visiones de mundo y prejuicios irracionales que giran en torno a la homosexualidad. La televisión mexicana ha presentado al estereotipo del homosexual como ridículo, afeminado, cobarde, tonto, adicto al sexo, problemático y despreciable. Esta representación social del homosexual provoca que el televidente piense que el ser homosexual es significado de “marica”. Los contenidos de los mensajes que se transmiten tienen una tendencia de enseñar a no tolerar a un gay.

En cuanto a las televisoras mexicanas Televisa y Tv Azteca cada uno a su modo presenta a sus personajes homosexuales. En el caso de Televisa en su barra de entretenimiento presenta actualmente en el programa *Hoy* (canal 2), al personaje llamado “Wanda Be” quien es interpretado por el cómico Reynaldo Rossano. Este personaje es un gay vestido de mujer que es muy afeminado y tonto. En el canal 4 el programa *De poca* presenta a dos personajes homosexuales llamados Pepis y Gabriel que intervienen en el programa realizando skech. En cuanto su vestimenta es estrafalaria y en sus accesorios llevan colores representativos a la comunidad lésbico-gays. Así mismo en este mismo canal se transmite el programa de *Tv de noche* donde presenta a un personaje llamado “la Yoyis” que es un gay vestido de señora con comportamientos femeninos. Y por último en el programa *Los comediantes* (canal 9) sólo se hacen burlas y chistes acerca de homosexuales.

En el caso de las telenovelas también se han presentado personajes homosexuales como en la telenovela juvenil “clase 406”, en esta telenovela había una pareja gay, interpretada por los actores Franz Cosío y Sergio García. Durante el 2006 y 2007 por el canal 2 se transmitió la telenovela “La fea más bella” donde apareció un personaje llamado “Luigi Lombardi”, un gay que se encargaba de diseñar la imagen de modelos. Durante el 2008 se transmitió la telenovela “Las tontas no van al cielo” donde había un personaje homosexual llamado Meño interpretado por el actor Manuel 'Flaco' Ibáñez. La historia del personaje se caracteriza porque sufre rechazo y discriminación por parte de su familia y su hijo que es homofóbico. En otros programas como *Mujer casos de la vida real* también han presentado historias en torno a la temática de la homosexualidad.

Otro ejemplo de homofobia velada es la *Hora Pico*, canal 9 que presenta a Carmelo y a Paúl dos meseros amanerados que caen en la ridiculez y por su condición nadie los toma en serio. Además estos meseros insinúan a cualquier heterosexual. También en el canal 9, en el programa cómico *Cero en Conducta* se presenta a un personaje gay llamado Agapito quienes sus compañeros de clase lo humillan. Además este personaje se presenta con la cara maquillada y con vestimenta de color rosa y azul marino. Hace algún tiempo, en el programa musical y de entrevista que se transmitía en canal 5 *No manches* se presentaba a un personaje gay llamado Yahairo vestido con ropa entallada y su tono de voz es demasiado femenina y es muy problemático. Asimismo en el programa de *Derbez en Cuando*, Eugenio Derbez que se transmitía por el canal 2, Julio Esteban interpretaba, a modo de parodia, al astrólogo Walter Mercado. El personaje Julio estaba demasiado exagerado en su vestuario, movimiento y lenguaje. También el programa *Diseñador ambos de sexos*, que se transmitía por el canal 2, presentaba un personaje de 40 años que usaba en su vestuario con plumas, ropa ajustada y llamativa y comportamientos femeninos exagerados.

Por otra parte, en las caricaturas del canal 5 también se encuentran personajes homosexuales como Bob Esponja que es un personaje que vive debajo del mar en un pueblito llamado Fondo de Bikini, este personaje se caracteriza por ser un experto

haciendo hamburguesas de cangrejo. Esta caricatura fue muy polémica cuando presentaron un video musical donde aparecieron personajes como Barney, Jimmy Neutron y los Muppets cantando juntos "We are family" de Sister Sledge, este mensaje apelaba a la tolerancia y la aceptación de los gays. Debido a esto hubo acusaciones por parte de las organizaciones conservadoras de Estados Unidos por promover la homosexualidad en dicho video. Los personajes de Bob esponja y Patricio en varios capítulos se toman de la mano, es por esto que representan un símbolo gay.

Sucede algo parecido con la caricatura de Ranma ½ que "trata de un joven que estudia artes marciales. Un día, mientras entrenaba con su padre, cae a una fosa encantada en la que se había ahogado una jovencita. Su padre también cae en una fosa donde se ahogó un panda. Desde ese entonces, cuando el agua fría toca su cuerpo se convierte en chica, y para volver a su estado normal debe rociarse con agua caliente<sup>54</sup>". Así mismo este personaje está comprometido con una chica aunque la relación entre ellos es difícil. Debido al hechizo, Ranma es más atractivo para las mujeres cuando tiene su apariencia masculina y en su apariencia femenina es asediado por los hombres. Por lo que podemos decir, que la historia y vida de este personaje puede considerarse como bisexual.

Como nota curiosa se puede decir que hay quienes afirman que la Pantera Rosa es homosexual por su color rosa, su delicada forma caminar y su delgadez. Así mismo en todos capítulos nunca conoció una pantera hembra. Sin embargo su creador Blake Edwards, creó este personaje inspirado en un caballero británico elegante.

En cuanto a la televisora TV Azteca también en su barra televisiva y sus contenidos han tenido personajes homosexuales. Como el programa *tempanito*, que el conductor Daniel Bisogno, caracteriza a la Guerra Limantur, cuyo personaje que es demasiado grotesco. En la telenovela *Mirada de mujer, el regreso*, el actor Mark Tacher interpretó a un personaje llamado "Carlo", un homosexual que después de salir del

---

<sup>54</sup><http://anodis.com/nota/9123.asp>. (recuperado el 3 de Mayo del 2008)

closet es rechazado por su padre y amigos. Otras telenovela con esta misma temática fueron la vida en espejo, *Machos* en esta telenovela se caracterizó por tener escenas homoéroticas. En las telenovela "Lo que es el amor" presento aún personaje gay llamado Edson y en *La Heredera* Juan Manuel Bernal interpretó al personaje llamado Dionisio, quien a pesar de amar a una mujer, se siente atracción por su mejor amigo y duda de su sexualidad. En 1997 se trató el tema lésbico de manera discreta en la telenovela *Nada personal*. En la telenovela *Los Sánchez*, planteó la situación de las personas transexuales, este personaje fue interpretado por el actor Armando Palomo que dio vida al personaje de Laila, actualmente este actor cambió su identidad sexogenérica; ahora es llamado Libertad.

En la caricatura estadounidense los Simpson también hay un personaje gay llamado Waylon Smithers, ayudante del señor Burns quien constantemente lo humilla y lo mantiene bajo su sombra. Además este personaje de Smithers vive en zona gay de Springfield, y esta enamorado del señor Burns. Además de ser fans del grupo musical Village People. Por lo que se puede considerar que el personaje Smithers, es un homosexual de closet. Otro personaje dentro de la historia es Patty hermana de Marge quien en un capítulo el alcalde de Springfield permite las uniones gay por beneficios económicos y Patty está a punto de casarse con otra mujer. En este mismo capítulo Homero se ordena como pastor para officiar bodas homosexuales.

Otras series extranjeras que transmiten por los canales de la televisión mexicana y que contienen la temática gay son *Will & Grace*, *Boys Meet Boys*, *Queer eve for the stainght guy*, *Six Feet Ander*, con personajes gays masculinos; *Ellen* y *The L Word* con protagonistas lesbianas.

Por su parte, el cine mexicano también ha retratado la homosexualidad desde la década de los 70'. Por lo general las películas presentan a personajes masculinos homosexuales que representan a los estereotipos de la cultura popular. Estos hombres son representados con vestimentas estrafalarias y su manera de hablar es afeminada.

Ejemplo de las películas que tocan la temática de la homosexualidad son: *Fin de la fiesta* (1972) esta película narra la vida de un homosexual que muere a palos por manos de su madre. Otra película es *El lugar sin límites* (1977); la trama de esta película gira en torno de un burdel pueblerino a orillas del mar donde un travestí y su hija ejercen la prostitución. La película *Doña Herlinda y su hijo* (1984) tuvo una temática homosexual. Otras películas como *el Danzón* (1991), *Miroslava* (1993), *El callejón de los milagros* (1995), *Y tu mamá también* (2001), tocan las temática de las relaciones homoeróticas. En el 2006 se estrena la película *El cielo dividido* que narra las tensiones de una pareja de jóvenes a causa de Infidelidad. Otra película que toca el tema de la homosexualidad es *La mujer de mi hermano* (2006).

En el ámbito económico la comunidad gay se desenvuelve en todos los oficios y profesiones, construyendo un nuevo mercado económico y de consumo conocido como “pink market” o “mercado rosa en México”.

Según datos del despacho De la Riva, el nivel educativo y laboral de los homosexuales es mayor a la media social. “Desde el punto de vista sociocultural y económico, los homosexuales muestran una marcada tendencia a la superación constante y esto repercute en un constante ascenso social. En el caso de los niveles bajos, el cambio de nivel es económico, no académico: implementan negocios propios (estéticas, fondas / restaurantes, tiendas de ropa... entre otros)<sup>55</sup>”. En el aspecto económico la comunidad gay representa un mercado favorable para comercializar cualquier tipo de productos y servicios.

Así mismo, el despacho de investigaciones de De la Riva ha detectado a través de sus estudios que la población gay posee un alto potencial económico, aunque constata que en el consumo de productos primarios es más bien bajo, aunque el consumo de productos y servicios de lujo son mayores. La elección de productos tiene que ver principalmente con la calidad de vida y la buena apariencia.

---

<sup>55</sup> <http://www.delariva.com.mx/dlr/despliega 2.php?nid=46&g=10> (recuperado el 20 de 3 Junio del 2008)

Debido a este gran potencial económico “el mercado gay mexicano comienza a llamar la atención de los empresarios más visionarios. Es por eso que algunas compañías de autos, computadoras, telefonía, bebidas alcohólicas, refrescos, cuidado personal, internet y hasta un partido político cuyos nombres no fueron revelados, están detrás de Pink Market<sup>56</sup>”. Este mercado se calcula en \$4 mil millones de pesos anuales a nivel república, ya que la población gay consume de todo tipo de productos y servicios como alimentos, productos de belleza, ropa, muebles, entretenimiento, autos y viajes, etc. A nivel internacional, de acuerdo con “*The Gay, Lesbian and Straight Education Network*, organismo estadounidense que realiza diversos estudios sobre el comportamiento y potencial de este sector, los ingresos de este grupo de consumidores alcanzan los 700 mil millones de dólares anuales a nivel mundial<sup>57</sup>”.

Otro sector ha ido ganando terreno es el llamado turismo rosa. Hoy en día existen dos agencias de viajes (Opta Tours y Babilón Tours) especiales para el turismo gay. Dentro los destinos favoritos de la comunidad lésbico-gay se encuentra Cancún y Estados Unidos. Actualmente, muchos homosexuales mexicanos quieren emigrar a los Estados Unidos para poder llevar una vida libre y abiertamente gays. Es por eso que a través del turismo gay muchos de ellos pretenden llegar al país vecino. Muchos de ellos que han logrado este sueño terminan desilusionados ya que se encuentran en un ambiente de homofobia y el racismo.

---

<sup>56</sup> [http://www.delariva.com.mx/dlr/despliega\\_2.php?nid=46&g=81](http://www.delariva.com.mx/dlr/despliega_2.php?nid=46&g=81) (recuperado el 27 de Junio de 2008)

<sup>57</sup> <http://delariva.com.mx/dlr/despliegaBusqueda.php?searchString=publicista> (recuperado el 27 de Junio de 2008)

#### 2.2.4. Contextualización del problema de homofobia en el Distrito Federal: La Zona Rosa

La zona Rosa, “esa vieja señorona venida a menos, que por las noches suele desempolvar sus vestidos y lucir sus mejores joyas, acaso para revivir sus viejas glorias de aristócrata porfiriana<sup>58</sup>”, actualmente constituye el escenario capitalino por excelencia para propiciar y buscar encuentros entre homosexuales. La Zona Rosa es una zona turística que forma parte de la colonia Juárez y se encuentra ubicada en la delegación Cuauhtémoc de la Ciudad de México. Esta zona se caracteriza por tener centros y plazas comerciales que poseen boutiques, galerías de artes, hoteles, bares, restaurantes y antros.

El origen de su nombre se debe a que varios edificios estaban pintados de color rosa, es como lo menciona Carlos Fuentes en su libro *La Región más Transparente* y se le debe a un grupo de pintores y artistas entre los que figuraba el pintor y escultor José Luís Cuevas quienes la bautizaron así en la década de los setentas. En este lugar se concentraban los artistas e intelectuales que propagaron la llamada contracultura.

A partir de los 90' la Zona Rosa se convirtió en una zona de tolerancia e integración para la comunidad gay. Posteriormente esta zona dio cavidad para las llamadas tribus urbanas. Debido a la gran influencia de la comunidad gay se incrementó el número de bares y discotecas especiales para público lésbico - gay. Estos espacios permitieron exhibir públicamente su orientación sexual y asimismo facilitó una nueva construcción de discursos. En cuanto, al lenguaje los homosexuales crearon sus propios códigos que les permitían la facilidad de relacionarse, cortejarse y realizar intercambios de sexo fugaz entre ellos. Como los llamados cuartos oscuros o drark room que son otro medio de ligue. Este lugar se caracteriza tener cuartos completamente oscuros con telas negras. Donde los visitantes acuden a habitaciones oscuras para llevar sus fantasías sexuales, hasta el extremo, mientras que la otra persona lo autorice sin poner objeción. Este lugar es un espacio donde se permiten

---

<sup>58</sup> Leñero Vicente, *La Zona Rosa es un perfume barato en un envase caro*”, en talacha periodística, SEP, 1988. Pág.22

tener relaciones sexuales grupales y anónimas. Hoy en día existen muchos drark room clandestinos en diversas zona del Distrito Federal como es la Zona Rosa y la Colonia Roma, la Alameda , en la colonia San Rafael, Algarín, Cuauhtémoc, Del Valle y en Ciudad Netzahualcóyotl, en el Estado de México.

Actualmente, en la Zona Rosa existen más de 150 establecimientos públicos para gays como son: cafeterías, bares, estéticas y tiendas de artículos sexuales (sex shops.) En cuanto a los bares más frecuentados por la comunidad gays es el Cabaré-tito, Cabaré-tito Neón, Cabaré-tito VIP y Punto y Aparte. Estos bares son propiedad de Tito Vasconcelos quién es el activista del movimiento gay mexicano. En cuanto a la afluencia de visitantes en la Zona Rosa es de 12 mil jóvenes por semana, la edad promedio de los visitantes es de 20 años. Sin embargo, este lugar no es exclusivo para homosexuales. Debido los múltiples bares, centros de entretenimiento, bares y discotecas para todo público, así como sus tiendas, table dance, hoteles, escuelas, iglesias, comida rápida, restaurantes de todo tipo, tianguis y sex shops, la Zona Rosa es también un espacio de disfrute y esparcimiento para todos los capitalinos.

Por ser una zona turística la Zona Rosa diariamente se realizan operativos donde elementos de la Secretaría de Seguridad Pública (SSP) detienen a cualquier persona más aún si es homosexual. Algunos jóvenes gays son detenidos violentamente por policías mientras caminan por la zona rosa con la justificación de que están prostituyéndose, cometiendo faltas a moral por demostrar sus afectos. Los abusos por parte de las autoridades van desde la agresión, amenazas y extorsiones. El crecimiento del tráfico de venta y consumo de drogas, el acoso de bandas, los asaltos, las riñas callejeras, la discriminación y la extorsión policiaca aún no han sido un impedimento para que la comunidad lésbico- gay pueda relacionarse en este espacio.

La glorieta de Insurgentes y la estación del metro que en ella se encuentra se ha convertido en un espacio de convivencia y reunión de la comunidad lésbico-gay. El último vagón del convoy es conocido como “el vagón de amor” o “el de ambiente”, donde gays y lesbianas buscan amistad y ligues. En las once líneas que conforma el

STC se mantienen relaciones sociales y eróticas. Sin embargo, para muchos policías esta muestra de afectos en el transporte colectivo, son considerados como faltas a la moral por parte de los homosexuales. Debido a esto a los gays se les obliga a abandonar las instalaciones del Transporte Colectivo Metro y en muchas esto se lleva a cabo con golpes o amenazas de llamar a sus familiares.

Durante el gobierno de Andrés Manuel López Obrador se impulsaron campañas para que los policías no pudieran extorsionar a los transeúntes que por su apariencia, su preferencia sexual o sus expresiones afectivas en la vía pública eran víctimas fáciles de extorsión por parte de la autoridad capitalina. Sin embargo, a pesar de ser una zona de tolerancia para la comunidad LGBTTT (lesbianas, gays, bisexual travestis, transgénero, transexuales), la delegación Cuauhtémoc enfrenta un grave problema en cuanto a su índice de homicidios cometidos a homosexuales. No se cuenta con cifras que puedan aseverar lo anterior, sin embargo a continuación expondremos algunos ejemplos que pueden ilustrar la situación de homofobia que se vive en la delegación Cuauhtémoc.

Por mencionar algunos asesinatos cometidos en la delegación Cuauhtémoc encontramos que en enero del 2006 fue detenido Raúl Osiel Marroquín Reyes conocido como el Sádico fue culpado de secuestrar y asesinar a cuatro homosexuales. En sus declaraciones declaró que “«Le hice un bien a la sociedad, pues esa gente hace que se malee la infancia. Me deshice de homosexuales que, de alguna manera, afecta a la sociedad. Digo, se sube uno al metro y se van besuqueando, voy por calle y me chiflan, me hablan<sup>59</sup>»”. La forma de operar del Sádico era asistir a bares gays, como el Cabaretito ubicado en la Zona Rosa. En este lugar el Sádico y su cómplice Juan Enrique Madrid Manuel contactaba a jóvenes homosexuales para después invitarlos a su departamento de interés social rentado en la colonia Asturias. Dentro de sus métodos este asesino serial secuestraba para extorsionar a sus familiares y engañaba al secuestrado con liberarlo. Después de cobrar los rescates estrangulaba a sus

---

<sup>59</sup> Collado del, Fernando, *Homofobia, odio, crimen y justicia, 1995-2005*, México 2007, Pág. 55

víctimas. Una vez asesinados, los descuartizaba y los colocaba en maletas de viaje y luego las abandonaba en la vía pública.

El 7 de febrero del 2005, fue encontrado en el patio de una vecindad un cuerpo de un joven de 17 años en la delegación Cuauhtémoc. El cadáver se encontraba desnudo y su abdomen presentaba leyendas como “soy puto” y en su glúteo derecho decía “loca”. De igual manera su cabello fue rapado por su agresor. Sus familiares lo identificaron con el nombre de Antonio de Jesús Ruiz García y mencionaron que el día de su asesinato visitaba a su tía en la colonia Santa María la Ribera.

En el 2001 un joven de 28 años que trabajaba como sexoservidor en la esquina de San Antonio Abad y Alfredo Chavero, colonia Obrera, Distrito Federal fue agredido por un grupo de adolescentes a bordo de autos BMW y Mercedes Benz agredieron a este travestí con pistolas de balas de goma. Las municiones le pegaron en la cara, el estómago y las piernas. Las lesiones provocadas por esta pistola hizo que se rompieran los implante que se había realizado en las nalgas, y con los golpes de las balas la se reventaron los implantes. Los médicos no pudieron hacer nada y murió.

En ese mismo año también murieron dos homosexuales sexoservidores. Uno de ellos era originario de Morelos a quien le apodaban “Rubí”. Rubí fue asesinado cuando un sujeto le enterró por la espalda una varilla. Dentro de sus planes tenía como objetivo regresar a Cuernavaca y poner una estética. El segundo se hacía llamar “Mariposa”, quien era originario del estado de Jalisco. A éste se le encontró muerto en su departamento de La Merced. Su cuerpo apareció acuchillado con 25 puñaladas. En el departamento el asesino no robó nada. Por lo que las autoridades reportaron este asesinato como asesinato por homofobia.

El 20 de julio del 2004 Víctor López Díaz caminaban con su pareja por las calles de Zona Rosa cuando uno de ellos se encontró a su ex novio. Caminando los tres por calles fueron detenidos por policías de la Secretaría de Seguridad Pública (SSP) y fueron trasladados al juzgado cívico 7 de la delegación Cuauhtémoc. Después de varias

horas supieron el motivo de su detención y les mencionaron que debido a que caminaban tomados de las manos los tres, besarse y expresarse cariños en vía pública hacia la pareja de su mismo sexo. Los policías los arrestaron por considerar que incitaban a la prostitución.

El 24 de junio del 2005 en la calzada de Tlalpan de la colonia Obrera del Distrito Federal muchas personas presenciaron la agresión hacia varios travestís por un grupo de 15 o más personas que agredían con palos, varillas y botellas. En el ataque perdió la vida Liborio Cruz, de 19 años, quien luego de ser brutalmente golpeado, fue rematado por los agresores quien pasaron sobre su cuerpo una camioneta. “La autopsia practicada en el hospital de Balbuena, determinó traumatismo por golpes en cráneo, cabeza y tórax. La causa de su muerte fue por contusión profunda de abdomen. Las vísceras intestinales y el organismo vital habían quedado aplastados por el paso de las llantas de la camioneta<sup>60</sup>”.

El 17 de noviembre de 2005 un grupo de amigos gays fueron a un bar de la Zona Rosa ubicado en la Plaza del Ángel. A las cuatro de la mañana salieron del bar y al caminar por la avenida Insurgentes, en la esquina de Londres y Florencia fueron agredidos por tres hombres en edades promedios de 25 y 35 años vestidos de negro que los golpearon y correteados.

El 8 de diciembre 2001 se encontró muerto y completamente desnudo en el interior del armario de la habitación 46 del hotel Colonia Roma, de la misma colonia. El cuerpo de Fabián presentaba “nueve heridas provocadas por golpes y quemaduras, cuatro de ellas en el rostro y hombros, dos omóplatos y dos más en los muslos<sup>61</sup>”. Así mismo Fabián fue estrangulado. Su cuerpo fue abandonado en el armario en posición fetal”.

---

<sup>60</sup> Ibidem, Pág. 34

<sup>61</sup> Ibidem, Pág. 70

El 19 de enero de 1997 fue asesinado Rubén P. López, de 30 años, quien fue asesinado en su departamento de la colonia Roma. El homicida acuchilló nueve veces a su víctima. En las investigaciones realizadas los vecinos mencionaron que Rubén tenía costumbres raras.

Por otra parte, hoy en día en la Zona Rosa se han registrado sólo agresiones a personas homosexuales. Tal es el caso suscitado el 14 de marzo del 2010, donde una pareja de novios caminaban tomados de la mano cerca del Museo de Cera en la calle de Londres. Durante su trayecto fueron interceptados por cuatro sujetos fornidos mayores de 30 años que los insultaron, golpearon, abofetearon y amenazaron. Además estos agresores mencionaron llamarse “Justicia Ciudadana” y a sus víctimas le entregaron dos videos contenidos en una memoria USB. En cuanto al contenido de los videos el primer mensaje es una toma única del monitor, con insultos a la comunidad lésbico-gay y una advertencia: *“Cada joto que sea sorprendido besándose en público, haciendo joterías en público, será castigado severamente para que ningún otro joto desviado lo intente. Cerdos miserables, no deben existir. El segundo video que venía en la memoria presenta una serie de imágenes de la familia tradicional y otras sobre parejas de personas del mismo sexo, mostrando a estas últimas como una aberración. También cierra con una advertencia: Nosotros les romperemos la madre, y luego el pronunciamiento: No a los matrimonios gay<sup>62</sup>”*.

Este grupo denominado “Justicia Ciudadana” busca a parejas aisladas de los puntos de encuentro de la comunica lésbico-gay. El presidente del Consejo para la Ley y los Derechos Humanos, A.C. Fernando Ruiz mencionó que esta campaña de homofobia surgió a raíz de la legalización de los matrimonios entre parejas del mismo sexo.

---

<sup>62</sup> <http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/100894.html> ( recuperado el 26 de Julio del 2007)

### 2.3. Estudios que han dado cuenta del problema de la homofobia en México y el Distrito Federal

Como ya hemos referido, actualmente en nuestro país se han realizado diversas encuestas en torno a la temática de la homosexualidad, donde se han encontrado un alto índice de discriminación, intolerancia, violencia (verbal y física) incluyendo asesinatos por no tener una preferencia sexual distinta a la mayoritaria. Dentro de nuestro registro del problema encontramos encuestas relacionadas con los temas de homosexualidad, estigmas y discriminación, salud (VHI- sida), homofobia y asesinatos por homofobia. Los resultados más relevantes se enlistan a continuación:

- Cerca del 35% de los homosexuales han pretendido cambiar su homosexualidad<sup>63</sup>.
- Alrededor del 9% de los mexicanos acepta tener un familiar homosexual<sup>64</sup>.
- Sólo 4 de 10 homosexuales dicen ser aceptados en su hogar<sup>65</sup>.
- Los ciudadanos de 50 años tienden a discriminar más a los homosexuales<sup>66</sup>
- Los ciudadanos simpatizantes del Partido de Acción Nacional (PAN) son los menos tolerantes hacia gays, lesbianas, bisexuales, transgéneros, transexuales y travestís. Por su parte los militantes del Partido Revolución Institucional (PRI) se encuentran en una posición intermedia y los perredistas muestran mayor aceptación a esta comunidad lésbico-gay<sup>67</sup>.
- 6 de cada 10 personas tienen la percepción de que los homosexuales sufren del Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida<sup>68</sup>.
- La proporción de ciudadanos que consideran que la homosexualidad “no se justifica” disminuyó de 72 a 32% entre 1980 y 2005<sup>69</sup>

<sup>63</sup> Encuesta realizada por ANODIS en mayo 2008. (Otra encuesta realizada por lo que la Agencia de Noticias de la Diversidad Sexual, (ANODIS) realizó un sondeo el 9 de mayo 2008. Cabe mencionar que este portal informa sobre noticias, opiniones y análisis periodísticos sobre la comunidad LGTTTI vía Internet. Este sondeo que realizó ANODIS tenía por objeto conocer si los homosexuales están contentos con su estilo de vida y conocer también si han buscado cambiar su estilo de vida. Esta investigación se llevó a cabo en el portal de Internet de la página <http://www.anodis.com>. del portal gay. (recuperado el 23 de Agosto del 2008)

<sup>64</sup> Encuesta realizada por Consulta Mitofsky en enero 2007. (recuperado el 30 de Julio del 2008)

<sup>65</sup> Idem.

<sup>66</sup> Idem

<sup>67</sup> Idem

<sup>68</sup> Idem

- Entre el 25 y 30% de las y los homosexuales, recibió por su preferencia sexual insultos y fue objeto de burlas y humillaciones durante su infancia y adolescencia; y el 8% sufrió violencia física<sup>70</sup>.
- El 64% de personas homosexuales deben fingir ser heterosexuales para ser aceptados, 29% se aleja de su familia por razones de su homosexualidad y el 20% ha sido acosado por la policía por ser homosexual o lesbiana<sup>71</sup>
- Entre el 20% y 30% de los homosexuales mexicanos se casan con personas del género opuesto y tienen hijos. Es por esto que se estima que entre 300.00 y 500.000 ciudadanos tendrían un padre o madre homosexual<sup>72</sup>.
- Siete de cada 10 jóvenes aceptan la homosexualidad, mientras que sólo dos de cada diez adultos lo hace<sup>73</sup>
- Las mujeres son quienes a aceptan la homosexualidad en mayor proporción (78%) que los hombres (72%) , aunque sólo las mujeres jóvenes dijeron estar más de acuerdo con la unión entre homosexuales<sup>74</sup>.
- La escolaridad es un factor determinante en la aceptación de la homosexualidad. A mayor escolaridad existe menor rechazo y mayor aceptación hacia la homosexualidad tanto en jóvenes como en adultos mayores<sup>75</sup>.
- Al 53% de los estudiantes entre 15 y 19 años de edad de preparatorias federales, estatales y autónomas no le agrada tener compañeros homosexuales en la escuela<sup>76</sup>.
- 2 de cada 10 mexicanos opinan que deben reconocerse los cambios sociales y juzgan conveniente el reconocimiento de la unión entre personas del mismo género<sup>77</sup>
- El 48.4 % de los mexicanos no está dispuesto a compartir su casa con una persona homosexual<sup>78</sup>
- El 71% de los encuestados, opinaron que el mayor sufrimiento de una persona homosexual es la discriminación<sup>79</sup>.

<sup>69</sup> Encuesta Mundial de Valores en México 2005.

<sup>70</sup> Encuesta realizada en 2001 por el Departamento de Salud de la UAM Xochimilco. [http://www.enkidumagazine.com/art/2007/100407/e\\_1004\\_027\\_a.htm](http://www.enkidumagazine.com/art/2007/100407/e_1004_027_a.htm) (recuperado el 22 de septiembre del 2008)

<sup>71</sup> Idem

<sup>72</sup> Encuesta realizada por la Comisión Ciudadana Contra Crímenes de Odio por Homofobia (CCCCOH) y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED)

<sup>73</sup> Encuesta realizada por el periódico Reforma y publicada el Septiembre 17 de 2005

<sup>74</sup> Idem

<sup>75</sup> Idem

<sup>76</sup> Encuesta realizada en 2008 (Primera Encuesta Nacional de Exclusión, Tolerancia y Violencia, en las Escuelas Públicas de Nivel Medio Superior por el Instituto Nacional de Salud Pública)

<sup>77</sup> Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría, realizada el 17 al 20 de noviembre del 2006.

<sup>78</sup> Encuesta realizada en 2006 La Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) y el Consejo Nacional para Prevenir y Eliminar la Discriminación (CONAPRED), realizó una encuesta sobre el Estigma y Discriminación en México

- El 43% de los homosexuales dice haber sido víctima de un acto de discriminación en el último año.
- El 54% de los homosexuales dice sentirse rechazado por la sociedad.
- En cuestión laboral el 72% cree que tiene menos oportunidades para conseguir empleo<sup>80</sup>.
- El 74% de los jóvenes mexicanos no apoyaría el otorgamiento de los mismos derechos a las personas homosexuales que a los heterosexuales. El 42% mencionó que las parejas homosexuales no deben tener los mismos derechos que una heterosexual. El 58% de las personas encuestas dijeron que a las parejas de homosexuales no se le debe permitir contraer matrimonio<sup>81</sup>
- El 94% de los gays y lesbianas mexicanos se sienten excluidos y han reportado actos de discriminación<sup>82</sup>
- 2 de cada 3 hombres homosexuales sienten que no se les han respetado sus derechos y la mitad de los encuestados se siente rechazado por la sociedad<sup>83</sup>
- 4 de cada 10 han sido discriminados en su trabajo por su preferencia sexual, y el 75% refirió que ganaba menos salario realizando el mismo trabajo que una persona heterosexual<sup>84</sup>
- El 40% de los homosexuales en el ámbito escolar tuvieron que ocultar sus preferencias sexuales para no ser discriminados y siguiente 26% fue agredido en la escuela. En el ámbito familiar, el 16% fue rechazado por su familia y el 84% reveló que los encuestados han sufrido maltrato y violencia intrafamiliar. El 50% de las personas transgénero dijo haber sufrido agresiones físicas<sup>85</sup>
- la población lésbico-gay suele ser el grupo con mayor discriminación en el ambiente laboral<sup>86</sup>
- El número de ciudadanos mexicanos que solicitó asilo en Canadá entre 1995 y el año 2000 fue de 600, siendo el conformado por gays y lesbianas uno de los más numerosos. Estados Unidos es el otro destino de los peticionarios de asilo por motivos de discriminación y persecución por preferencia sexual; hasta 1998, la Comisión

---

<sup>79</sup> idem

<sup>80</sup> idem

<sup>81</sup> Encuesta realizada en 2005 por CONAPRED.

<sup>82</sup> Idem

<sup>83</sup> Encuesta realizada en 2005 por la Secretaría de Desarrollo Social

<sup>84</sup> Idem

<sup>85</sup> Encuesta realizada por la Revista Letra S

<sup>86</sup> Encuesta realizada en mayo 2007 por la Organización Internacional del Trabajo

Internacional para los Derechos Humanos de Lesbianas y Gays, con sede en San Francisco, recibió 116 solicitudes. En el año 2000, un gay transexual mexicano recibió el fallo favorable de una Corte federal estadounidense para concederle asilo político debido a su preferencia sexual<sup>87</sup>.

-Los homosexuales infectados con el virus VIH/SIDA manifiestan no recibir consejería adecuada, que su confidencialidad es violentada y que son segregados en los servicios hospitalarios<sup>88</sup>

-El 26% de los prestadores de servicio a homosexuales opina que los que padecen el virus del VIH/SIDA son sospechosos de ser homosexuales<sup>89</sup>.

-2 de cada 10 encuestados reportaron haber sido discriminados por médicos y enfermeras<sup>90</sup>

-En cuanto al nivel de discriminación en el hogar, el 59% sufre de violencia verbal, y el 23% es ignorado, y el 13% ha sido corrido de su hogar, mientras que el 5% ha sido objeto de agresión física. En el ámbito escolar el 57% mencionó haber recibido agresiones en la escuela, el 92% dijo que las agresiones provenían de compañeros (as) y el restante 8% proviene de maestros, administrativos, directores y padres de familia<sup>91</sup>.

-La mitad de los homosexuales se sienten impotentes para revertir la situación de rechazo y discriminación que sufren por parte de la sociedad<sup>92</sup>

-25% de los encuestados ha retardado la asistencia a los servicios de salud debido al temor a ser excluido por su orientación sexual los que los sitúa en una posición de mayor riesgo en cuestiones de salud, este miedo también se ve reflejado en un alto porcentaje de personas que contestaron necesario ocultar su orientación sexual en los servicios de salud, así como el temor de que se registre su orientación sexual en el expediente médico<sup>93</sup>.

-En esta investigación también se encontró que las instituciones de seguridad social son las que más discriminan a los HSH que la de servicios médicos privados. Por lo que el 44% de la muestra refirió preferir acudir a servicios médicos de salud privados que alguna institución pública.

<sup>87</sup> Campaña Nacional y Día Mundial Contra la Homofobia material de apoyo abril-junio de 2005 dirección de educación y comunicación social

<sup>88</sup> Encuesta realizada en 2006 por el Instituto Nacional de salud Pública (INSP) y el CENSIDA

<sup>89</sup> Idem

<sup>90</sup> Encuesta nacional realizada entre junio y julio de 2005 por ANODIS

<sup>91</sup> Idem

<sup>92</sup> Encuesta realizada por CENSIDA y ANODIS en 2005

<sup>93</sup> Bavo- García E, Anaya-Zarco JP, Arellano-Delgado LM, Espíndola-Vargas V, Estrada-Márquez F, Magis-Rodríguez C. *Discriminación en población gay y otros HSH en México: Una encuesta por Internet*. Ponencia en el IX Congreso Nacional sobre VIH/SIDA; 2005 Dic 1-3; Oaxaca, México. Pág. 7

-La organización civil mexicana Comisión Ciudadana contra Crímenes de Odio por Homofobia ha documentado 420 asesinatos por odio homofóbico entre 1995 y 2006 en México, pero de acuerdo con cifras gubernamentales del Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) 876 personas fueron asesinadas en ese mismo periodo debido a su orientación sexual.

Al analizar las diversas encuestas presentadas podemos darnos cuenta que para las personas homosexuales les resulta difícil sobrevivir en una sociedad en la que no se permite ser distinto. Más aún la homosexualidad se vuelve una carga difícil de llevar por una sociedad que se deja llevar por estereotipos, estigmas, prejuicios, discriminación y toda conducta que tenga que ver con violencia. Entre el año 1995 y 2005 se asesinaron a 126 homosexuales de forma violenta en el Distrito Federal, de los cuales el 75% de los cuerpos fueron reclamados por los familiares; en 10% de los casos los familiares identificaron a la víctima, pero no reclamaron el cuerpo y acabaron en la fosa común, y el 5% restante no fue identificado<sup>94</sup>.

Ejemplo de esta tendencia homofóbica en México, lo encontramos en un dato curioso y tenebroso al mismo tiempo. Se trata de la canción "Puto", que Coctel Molotov editó en 1997 (álbum ¿Dónde jugarán las niñas?). Esta canción incita a asesinar a homosexuales: frases como "marica, nena, más bien putín", "puto nace, puto se muere", "amo a mi maricón", "matarile al maricón", "¿y que quiere este hijo de puta!/? / quiere llorar, Puto, le faltan tanates al ¡puto! / le falta topiates / ¡puto! / le faltan tanates al puto, puto". (Ver Anexo 2)

Por último, a nivel mundial, los resultados de la Encuesta Mundial de Valores aplicada a más de 80 países en 2007 y publicada en México por la revista Letra S en 2008 arroja que los países más homofóbicos del mundo son Egipto (99.9%), Pakistán (96.4%), Indonesia con el 94.5%, Zimbabue (95%) y Tanzania (93.5%). Mientras que los países como Holanda (7%) y Suecia (8.4%) son los menos homofóbicos, seguidos por Canadá. En América Latina, los países más homofóbicos son El Salvador (78.7 %) y Perú (55%). México se encuentra en un ranking intermedio mundial con un 48.3% de su población con tendencia homofóbica. Chile y Argentina, en cambio, tienen las más bajas frecuencias de homofobia del continente<sup>95</sup>.

<sup>94</sup> <http://www.cd hdf.org.mx/index.php?id=dfemay08comlgbtt> (recuperado el 30 de Septiembre del 2008)

<sup>95</sup> Encuesta Mundial de Valores (World Values Survey) publicada en el periódico La Jornada en el Suplemento Letra S, no. 148, noviembre 2008.

## 2.4. Campañas contra la homofobia realizadas en México

Las campañas contra la homofobia en México se realizan desde el año 2000. A continuación se presenta un resumen de las diferentes campañas, sus objetivos y alcances y alguna otra información relevante.

### Año 2000

El 12 de julio del 2000, se lanzó una campaña cuyo slogan era “Ser gay no siempre es de color de rosa”. Esta campaña fue impulsada por la Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal (PGJDF) y la Comisión Ciudadana Contra Crímenes de Odio por Homofobia (CCCCOH). La campaña tenía por objetivo prevenir el delito hacia la comunidad gay, ya que en la capital mexicana se cometen un promedio de tres crímenes al mes en agravio de homosexuales, así como múltiples actos homofóbicos y discriminatorios por parte de autoridades y funcionarios públicos. Esta campaña se considera especial porque por primera vez en el aparato judicial mexicano pasa de ser agresor a educador. Otro objetivo de la campaña fue frenar la ola de violencia delictiva e institucional a la que son sometidos los homosexuales capitalinos, y para ello se tomaron las siguientes medidas:

- ❖ Se distribuyeron 2 mil carteles en ministerio público y 10 mil mini-guías en discotecas, bares y lugares de reunión gay.
- ❖ Personal de la policía judicial y ministerios públicos recibieron capacitación para combatir abusos y mejorar la atención a la ciudadanía gay.
- ❖ Se dio la apertura a ventanillas (en los ministerios públicos) para atender denuncias por discriminación, incluidos de la orientación sexual.
- ❖ La campaña fue un logro muy significativo para la comunidad gay, ya que se realizó un reconocimiento donde se señala que todos los ciudadanos son iguales ante la ley además de ser necesario realizar políticas para la protección de los derechos de los gays. Aunque la campaña era una excelente propuesta ya no se siguió llevando a cabo en los siguientes años.



### **Año 2004**

En el 2004 el Centro para la Prevención y el Control del VIH/Sida (CENSIDA) y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) realizaron una campaña para divulgar anuncios masivos en contra la discriminación asociada al VIH y la homofobia. Los anuncios televisivos estaban titulados como “La oficina” que presentaba a una persona con VIH que fue despedido de su trabajo y sus compañeros tratan de buscar alguna justificación. Este comercial fue el primer anuncio gubernamental en los medios masivos y por primera vez se emplea el término gay.

### **Año 2005**

En marzo del 2005 el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) y el Centro Nacional para la Prevención y el Control del VIH/Sida (CENSIDA) realizaron la campaña para prevenir la discriminación hacia personas de orientación sexual diferente. El lema de la campaña fue “Di no a la discriminación” una versión a favor de la diversidad sexual. La campaña se transmitió a través de comerciales por televisión y spots de radio: “La Cena” y “Preguntas”. El primer spot de la cena contaba el momento en que un hijo le dice a su madre que invitó a su novio a cenar. El segundo spot “Preguntas” apela a la tolerancia de la ciudadanía a través de cuestionamientos (ver cuadro a continuación). Ambos anuncios causaron mucha polémica por parte de la iglesia y los sectores conservadores fueron quienes se oponían a la transmisión de los mensajes; sin embargo, sus opiniones no fueron un obstáculo para promocionar dichos comerciales de televisión y spot de radio.

Anuncios en radio

**Anuncios en radio: "La cena"**

**Madre:** Te ves muy enamorado mi hijito

**Hijo:** Ay, sí mamá

**Madre:** ¿Cuánto llevas?

**Hijo:** Ya cinco meses

**Madre:** ¿Estás contento porque vamos a cenar todos juntos?

**Hijo:** Sí, mucho. De hecho, prepararé un postre riquísimo.

**Madre:** Espero que a ambos les guste lo que cocinaré. Y, por cierto, ¿Cómo me dijiste que se llamaba?

**Hijo:** Oscar, mamá, ya te lo había dicho. Se llama Oscar.

**Locutor:** ¿Te parece raro?

La homosexualidad es la intolerancia a la homosexualidad.

La igualdad comienza cuando reconocemos que todos tenemos el derecho a ser diferentes.

**Por un México incluyente, tolerante y plural.**

CONASIDA, CONAPRED, OPS Y UNISIDA.

**Anuncios en radio: "Preguntas"**

Si ves a un homosexual o lesbiana en la calle.  
¿ves para otro lado?

¿Sientes ganas de ofenderlo o que desaparezca?

Si una persona cercana a ti es gay,

¿le dejas de hablar?

¿Sientes odio por diferentes a ti ?

¿Sabías que lo diferentes a ti?

Sabías que lo que tienes es homofobia.

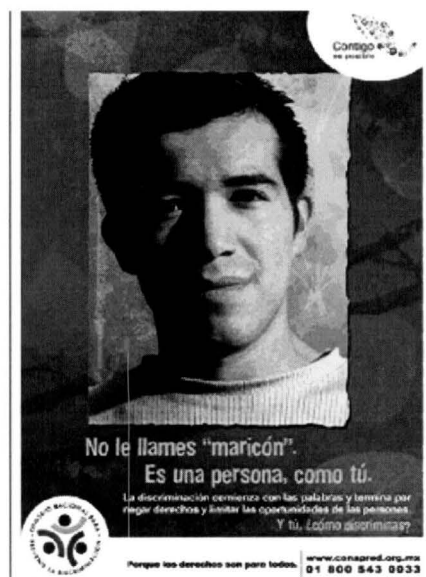
Es decir, un odio irracional.

La tolerancia a la diferencia sexual es más sana que el odio.

**Por un México incluyente, tolerante y plural.**

CONASIDA, CONAPRED, OPS Y UNISIDA.

Otro medio de comunicación utilizado para difundir esta campaña fue el cartel. En dicho cartel presentaba a una pareja gay manifestándose afecto y teniendo por leyenda "Tienen derecho a ser respetados. Sólo una cosa puede detenerlos... LA DISCRIMINACION". Y cierra el mensaje con frase "Si no puedes ejercer tus derechos ¡Denúncialo!. Otro cartel presenta a una joven con una leyenda que dice: "No le llares maricón. Es una persona, como tú." El mensaje cierra diciendo: "La discriminación comienza con palabras y termina por negar derechos y limitar las oportunidades de las personas. Y tú, ¿cómo discriminas?".

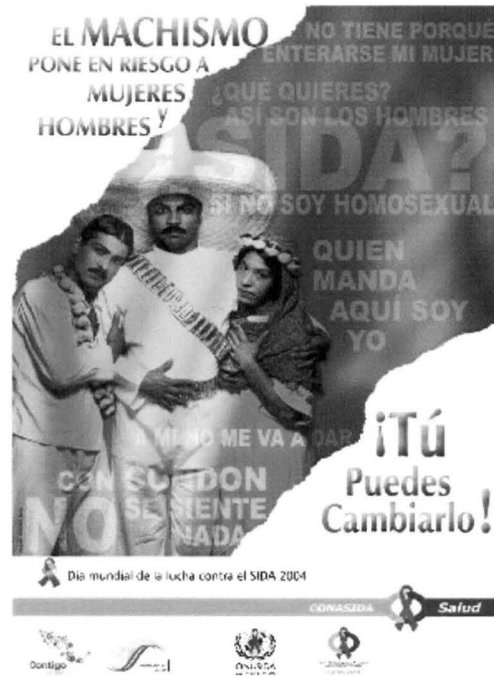


Otra campaña contra la homofobia fue realizada en el estado de Chiapas en el mes de abril del 2005 e impulsada por organismos gubernamentales, organismos no gubernamentales, la Comisión de Derechos Humanos de Chiapas<sup>96</sup> y el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED). Pese al rechazo de la oposición de la iglesia católica se llevó a cabo. En esta campaña participaron 15 ciudades siendo éstas: Acapulco, Ciudad Juárez, Cuernavaca, Hermosillo, Mérida, Morelia, Oaxaca, Pachuca, Puebla, Puerto Vallarta, San Luis Potosí, Tepic, Tijuana, Torreón, Tuxtla Gutiérrez y Veracruz. Y como segunda parte la campaña también fue llevada a la Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey.

<sup>96</sup> En el estado de Chiapas se han manifestando agravios y asesinatos a homosexuales. Las ciudades con mayores índices de asesinatos son: Tuxtla, Tapachula, Huixtla, Comitán, San Cristóbal de Las Casas y Chiapas de Corzo, donde se han documentado casos de crímenes de odio por homofobia.

Durante el periodo del 1 al 31 de diciembre del 2005, el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) realizó la campaña “El respeto es un valor y un derecho, di no a la homofobia”. La campaña tuvo un costo de 3.5 millones de pesos que se distribuyeron en mensajes por televisión y radio. Esta campaña pretende llegar por lo menos al 5% de la población mexicana. El objetivo de dicha campaña era concientizar a la población sobre la problemática de la homofobia. En cuanto al público objetivo de esta campaña fueron hombres y mujeres de 19 años o más. A lo que respecta a los niveles socioeconómicos fueron seleccionados el C + C, D +, D y E de la población urbana. En cuanto a los medios de comunicación se emplearon canales de televisión como el canal 2,4, 5 y 9 a nivel local. En cuanto a la transmisión de spot de radio utilizaron las estaciones de radio del Instituto Mexicano de la Radio y Núcleo Radio Mil. Los guiones de radio y televisión transmitían el siguiente mensaje “Hay personas grandes y personas pequeñas. Hay personas que aman... y personas que no. Hay personas felices... y personas tristes. Hay personas blancas... y personas morenas. Hay personas heterosexuales y algunas homosexuales. Pero todas son personas con dignidad. Porque el respeto es un valor y un derecho. “Di no a la Homofobia.”

Por último, en ese año 2005, también se llevó a cabo una campaña contra la homofobia que cuestionaba al machismo que está arraigado en nuestro país. El lema de esta campaña era “El machismo pone en riesgo a mujeres y hombres. ¡Tú puedes cambiarlo!”. El cartel de esta campaña estuvo representado por un hombre corpulento y bigotón con un sombrero típico y una canana que en realidad no lleva municiones sino condones. Del lado izquierdo se puede observar a una mujer prendida de su brazo, representado el modelo de la mujer mexicana tradicional. Del lado derecho aparece otro hombre, que además de abrazarla, apoya delicadamente su cabeza en el hombro del primer personaje. La imagen del cartel representa una relación afectiva entre los dos hombres y por otra parte la relación heterosexual. Este cartel tenía por objetivo mostrar el doble discurso del machismo mexicano. Además que muestra a los hombres mexicanos como viriles y niega que entre ellos se mantengan relaciones homosexuales. En esta negación se asume la discriminación y el rechazo hacia los homosexuales y se defiende a la masculinidad. En esta imagen se exponen dos discursos uno de ellos es el machista y el discurso homofóbico.



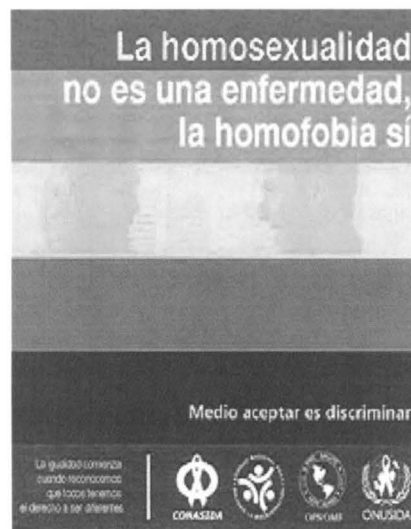
## Año 2007

El 23 de noviembre del 2007 fue impulsada la campaña contra la homofobia por la Secretaría de Seguridad Pública del Distrito Federal (SSP-DF) y algunas instituciones de la sociedad civil. Esta campaña tenía como objetivo prevenir y erradicar la violencia hacia personas homosexuales. La campaña fue titulada “Que la violencia no eclipse el arcoiris” y “La homofobia mata”. Otro objetivo vital de esta campaña fue impulsar la cultura de la denuncia entre la comunidad homosexual y crear redes de apoyo que ayuden a disminuir la violencia en contra de las personas de orientaciones sexuales distintas.

La campaña fue dividida en tres etapas: en la primera fase se abordó la prevención de agresiones a través de una guía impresa por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED). La distribución de esta guía fue en lugares de encuentro y recreación gay de la Zona Rosa, así como las delegaciones Venustiano Carranza, Iztapalapa, Benito Juárez y Gustavo A. Madero por ser considerarlas como zonas de reunión gay. Así mismo también se impartieron talleres por parte de la policía lésbica-gay de Cataluña (España). A los policías se les capacitó para que evitaran cometer abusos de autoridad hacia la comunidad gay. La segunda fase consistió en la promoción de una cultura jurídica y por último la difusión de prácticas sexuales seguras.

## Año 2008

En nuestro país por primera vez se celebró el Día Internacional en contra de la homofobia el 17 de mayo del 2008. A este festejo se celebró la Jornada Mundial contra la Homofobia en el Hemiciclo a Juárez. Dicha jornada tenía como finalidad sensibilizar a la ciudadanía acerca de los estragos que ocasiona el estigma y la discriminación en contra de las personas no heterosexuales, otro objetivo de la jornada era incitar a la población a reconocer la diversidad cultural, étnica y sexual. La campaña tenía por lema “La homosexualidad no es un problema, la homofobia sí.” Dicho cartel también promocionaba el Día Internacional de la lucha contra la Homofobia.

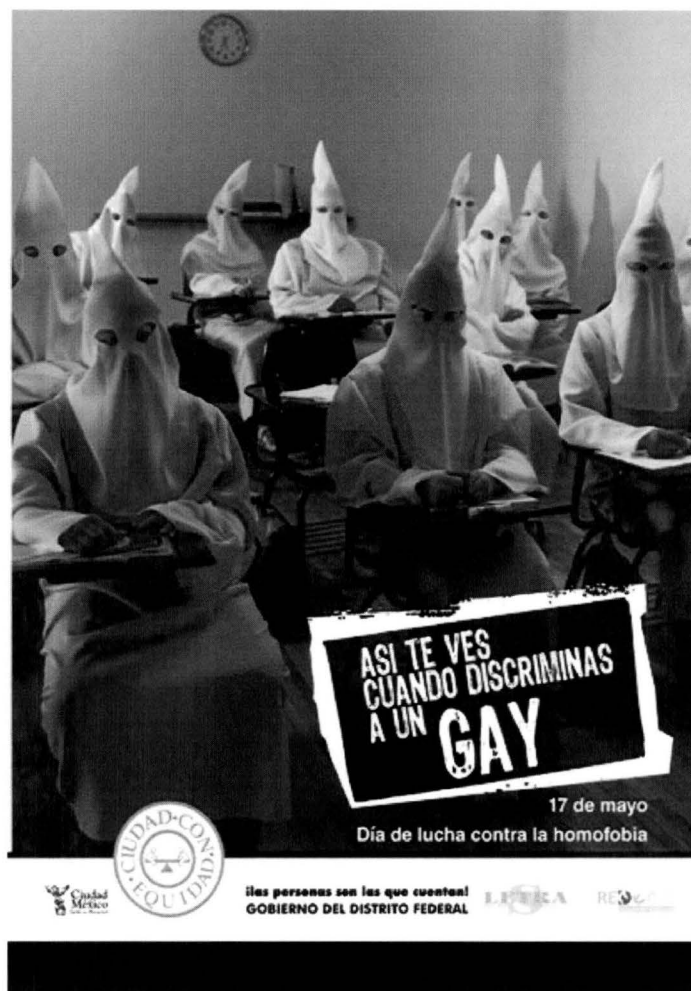


Así mismo con el motivo del Día Internacional de lucha contra la Homofobia en el estado de Yucatán y los Servicios de Salud de Yucatán se realizaron la campaña “REACCIONA, con la Homofobia todos perdemos”. La campaña tenía por propósito concienciar a la población yucateca acerca del problema que genera el ser homofóbico. A este estado se le considera como el pionero en realizar campañas que pretenden concienciar al público en general hacia las diferentes orientaciones sexuales. Además de que este estado ocupa el cuarto lugar a nivel nacional por agresiones físicas y verbales hacia homosexuales. La campaña estuvo acompañada por spots de radio y anuncios de televisión.

## Año 2008

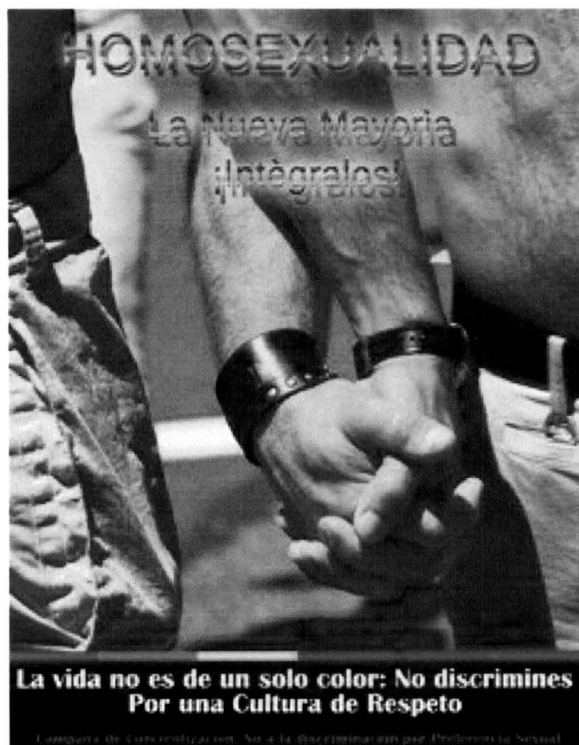
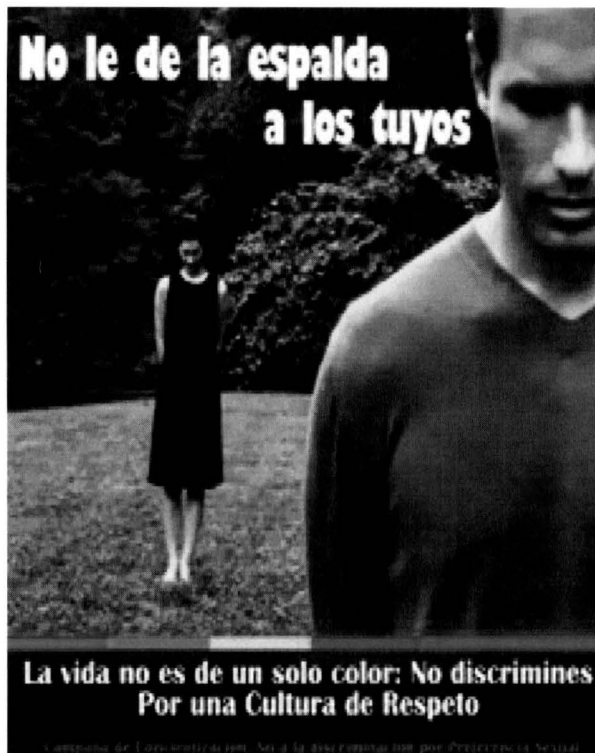
También en el 2008, el Sistema Colectivo Metro (STC), se llevó a cabo la campaña contra la homofobia en las instalaciones del metro. Dentro de vagones y andenes de las instalaciones del metro se colocaron carteles, ya que el metro es el transporte más usado por los mexicanos. Los objetivos de esta campaña eran sensibilizar a la población con respecto al respeto hacia la comunidad gay. Los carteles publicitarios fueron realizados por la agencia JWT Walter Thompson. Dichos carteles pretendían relacionar la homofobia con el racismo por ser discriminatorias. Las imágenes de los carteles representaban a hombres y mujeres con bigotes que simulaban al dictador Hitler. Otro cartel presentaba imágenes de personas vestidas con ropa del grupo racista Ku kux klan y cuyo mensaje decía: “Así te ves cuando discriminas a una lesbiana, gay, transexual o bisexual”. De esta manera se pretendía bajar los altos índices de homofobia y discriminación hacia la comunidad gay.





La Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS-UNAM) presentó una campaña social elaborada por estudiantes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación<sup>97</sup> dicha campaña tenía por finalidad evitar la discriminación a personas con una orientación sexual distinta a la heterosexual. El lema de la campaña fue "No a la homofobia". La campaña constó de cinco carteles elaborados para concientizar y fueron difundidos en la web a través del portal <http://letrasdecolor.blogspot.com>. A continuación presentamos los carteles elaborados:

<sup>97</sup> No aparece la fecha en que se dio esta campaña.

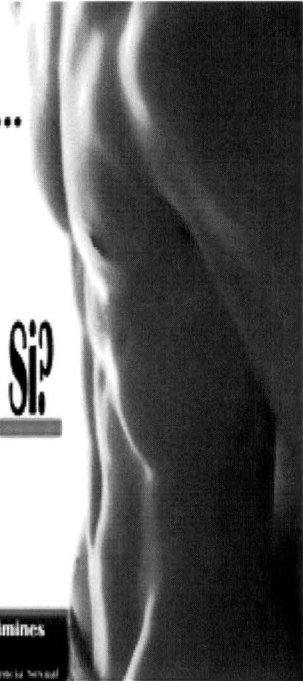


**Si las leyes  
no tienen color...**

**¿Por que aplicarlas Si?**

**La vida no es de un solo color: No discrimines  
Por una Cultura de Respeto**

Campaña de Concientización, Se a la diversidad por Prevenir la Sexual



## 2.5. La propaganda

### 2.5.1. Los orígenes de la propaganda

Etimológicamente propaganda proviene de propagar, este concepto “proviene del latín propagare –propagarse, sembrar, extender”. Otros autores consideran que proviene del latín moderno cuyo significado es "para ser divulgado"<sup>98</sup>. La Real Academia Española: define a propaganda como “(Del latín propaganda, que ha de ser propaganda) congregación de cardenales nominadas. De Propaganda FIDE, para difundir la religión católica.// 2.Por ext., asociación cuyo fin es propagar doctrinas, opiniones, etc.// 3.-Acción y efecto de dar a conocer una cosa con el fin de atraer adeptos o compradores. De lo anterior podemos entender que la propaganda es la difusión de ideas políticas, filosóficas, morales, sociales o religiosas es decir, comunica ideología o valores culturales. Su objetivo es informar a la población generar conciencia y cambiar conductas. Son ejemplos de campañas de propaganda o publicidad social en México: las campañas Amor es sin violencia, Lucha contra la violencia contra mujeres, Hombres contra la violencia, campañas de prevención contra el sida, el uso del condón y campañas para la prevención del cáncer, las campañas masivas de vacunación, campañas contra la discriminación, a favor de la conservación del medio ambiente, a favor de la educación, etc.

Las campañas de propaganda pretenden modificar la conducta de la gente, sin embargo la propaganda se diferencian de la publicidad por no tener fines comerciales y en cambio la publicidad tienen fines lucrativos. La historia de la propaganda se remonta 30 años después del nacimiento de Jesús Nazaret, quien a través de la propaganda comenzó a promocionar el cristianismo en Roma. Pero la propaganda tiene un origen consolidado en el siglo XV a través de las rutas misioneras del nuevo mundo a cargo de la Iglesia Católica. Surge así, la propaganda religiosa. En la Revolución Francesa la propaganda se basó en la ideología de la soberanía del pueblo. En esta misma época

---

<sup>98</sup> Rodríguez, Olga *Marco conceptual del imaginario social e histórico de la propaganda*. En Romeu, Vivian (coord.) *Acercamientos conceptuales y metodológicos sobre publicidad y propaganda*. Biblioteca del Estudiante, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, Pág.6. (en prensa).

también se funda la primera Oficina de propaganda que difundía ideas e ideales en ceremonias, escuelas y cualquier lugar que fuera permitido.

Durante el siglo XX la iglesia y los regímenes totalitarios dejan de utilizar la propaganda ya que esta es sustituida por el peso de la opinión pública a través de los medios masivos de comunicación. Posteriormente el uso de la propaganda se retoma nuevamente por parte de los partidos políticos que utilizan la propaganda para lograr sus fines electorales. Y durante la segunda Guerra Mundial la propaganda se utilizó como arma de guerra a favor de países como Alemania y Gran Bretaña. En Alemania nazi, la figura de Joseph Goebbels, considerado como el padre de la propaganda nazi durante el gobierno de Adolf Hitler, resume la idea de que la propaganda controla la opinión pública de la población. Es así que la propaganda va adquiriendo un estatus de perversión y manipulación ideológica que hoy es difícil matizar.

### **2.5.2. La propaganda como herramienta comunicativa para paliar los problemas de homofobia**

Los teóricos dividen la propaganda en tres tipos: propaganda negra, propaganda blanca y propaganda gris. La propaganda negra se utiliza para criminalizar el mensaje de la contraparte; la blanca tiene como objetivo crear una opinión favorable sobre un grupo, organización o gobierno; y la propaganda gris es aquella que es velada y permite manipular la información pues no ataca directamente al contrario, sino que socava sus bases lentamente a través de estrategias no ofensivas.

La propaganda puede ser difundida por personas, empresas, minorías étnicas, organizaciones sociales, religiosas y políticas y se utiliza como ya se ha mencionado para la difusión de ideas a través de técnicas de persuasión interpersonal, grupal o masiva con el fin de captar simpatizantes o adeptos a esa idea. Según la naturaleza de la idea a difundir, la propaganda se clasifica en propaganda política, propaganda religiosa, militar y educativa. Y como es masiva, la propaganda utiliza todos los medios masivos, tales como: impresos, radio, televisión.

La propaganda política, como su nombre lo indica, es utilizada por los partidos o grupos políticos siendo su objetivo el crear una opinión favorable sobre su organización. La propaganda religiosa proporciona orientación sobre problemas de carácter moral, familiar, etc. desde el punto de vista religioso. La propaganda militar tiene por función sustentar y fortalecer los valores, actitudes y hábitos de la organización militar que la ejerza. Y la propaganda educativa se utiliza para incentivar campañas en defensa de valores cívicos, patrióticos, morales, etc., motivando a la ciudadanía a conseguir un bien común y aún cambio social.

Por otra parte, la propaganda intenta inculcar una ideología, doctrina para influir en opiniones, actitudes y comportamientos de cualquier grupo directamente en apoyos a objetivos determinados. De igual manera, pretende influir directa o indirectamente, sobre la acción de las personas, mediante mensajes lingüísticos, visuales o sonoros. Es por esto que para la propaganda es necesario el uso de la imagen, cuyo origen proviene del vocablo griego que significa ídolo e ídolos. Por lo que “entendemos por imagen que es un abstracción de alguien o algo cercano a la realidad que es representada mental o físicamente<sup>99</sup>”.

En el siglo XX, Dan Nimmo explica “que formamos las imágenes de alguien con lo que sabemos de la otra persona, sea información correcta o incorrecta. Configuramos la imagen de alguien con lo que sentimos hacia ella y con las expectativas que nos crea. Recreamos las imágenes a través del proceso de percepción que atraviesan por nuestros sentidos y esta evolución trata de descifrar, traducir, redefinir esa nueva imagen y readaptarla a nuestro sistema de imaginario social, para mantener un equilibrio entre, el decir y el hacer<sup>100</sup>”.

Así mismo, al igual que la propaganda la imagen tiene como la función persuadir (convencer, inducir, decidir, mover) con la intención consciente de modificar conductas y comportamientos de individuos o grupos mediante algún tipo de mensaje como lingüístico, sonoro o visual. Otros elementos que utiliza son las ideas, sentimientos, deseos y actitudes, es decir, el imaginario social, para influir en las acciones de los individuos. Aunque en

---

<sup>99</sup> IdemPág.3

<sup>100</sup> IdemPág.40

ocasiones los objetivos tengan que ser distintos intereses como políticos, ideológicos, económicos y comerciales.

Para los autores “Lourdes Martín Salgado y James Combs y Dan Nimmo señalan que pasamos parte de nuestra vida tratando de convencer, inducir e influir en los demás con respecto de ciertas ideas, creencias, actitudes y conductas. Es decir, que persuadir es parte del acto comunicativo<sup>101</sup>”.

El objetivo de la persuasión es comunicar con la intención de realizar una acción ya sea física o intelectual. La persuasión generalmente se basa en tres soportes mediáticos como son: el discurso escrito, el discurso oral o auditivo, el discurso visual o imagen estos pueden ser aislados o en conjunto para reforzar un mensaje. En cuanto a los mensajes deben de contener ideas claras, precisas, que concentren el imaginario social en donde resalten los valores o atributos de lo que se desea comunicar.

La propaganda es un proceso comunicativo y de información, con un contenido ideológico o valores culturales, que persigue informar o modificar las actitudes de las personas a las que se dirige. Es por esto que es pertinente llevar a cabo una campaña propagandística de tipo social para concientizar a la población sobre la problemática social como es la homofobia, debido a que la propaganda se caracteriza por enviar mensajes que buscan influir sobre el comportamiento y actitudes homofóbicas de las personas heterosexuales.

Como se podrá notar, realizaremos una campaña contra la homofobia y la llevaremos a cabo a través de un plan de comunicación que justamente se clasifica como propagandística de tipo social que tiene por objetivo informar o modificar las actitudes y comportamientos de las personas para un bienestar social. A lo que respecta al marketing social o mercadotecnia social como ya lo habíamos mencionado anteriormente es una estrategia para cambiar la conducta y el comportamiento de los individuos. Es por esto que nuestra campaña tendrá por objetivo promover un pensamiento cívico, ético y social inclusivo y respetuoso hacia a la comunidad lésbico- gay en general. Para lograr nuestro propósito será necesario inducir un cambio social de tipo educativo ya que los cambios sociales se caracterizan por ser benéficos, sobre todo para un sector específico y necesitado de la población.

---

<sup>101</sup> Idem, Pág.6 y 7

Históricamente las campañas de cambio social surgieron en la Antigua Grecia y en Roma las campañas que se realizan eran para liberar a los esclavos. Durante la Revolución Industrial, las campañas de cambio social tenían como finalidad abolir el encarcelamiento de los deudores. Por otra parte se realizaban también campañas para otorgar derecho al voto a las mujeres y eliminar el abuso de los infantes en el trabajo. En la América Colonial, se tienen registros de que en 1721 se realizaron numerosas campañas sociales para convencer a los ciudadanos de Boston (Bahía de Massachusetts) de que aceptaran vacunarse y así evitar epidemias de viruela. Otro antecedente de campañas de cambio social en América lo constituyen las campañas que se realizaron en 1787 cuando se publicaron las Actas Federalistas después de la Convención Constitucional con el fin de obtener la aceptación pública y social de la nueva Constitución de Estados Unidos. En Norteamérica durante el siglo XIX surgieron campañas de reformas sociales como: el movimiento de la abolición de la esclavitud, el movimiento sufragista, la moderación y prohibición de bebidas alcohólicas, y las constantes campañas para que el gobierno federal regulara la calidad de alimentos y medicamentos.

Philip Kotler y Eduardo Roberto<sup>102</sup> señalan varios tipos de campañas de cambio social, según la finalidad como la de “reforma sanitarias (se enfocan en temas como antitabaquismo, prevención contra el abuso de drogas, nutrición y una buena condición física), en reformas del medio ambiente (se enfocan en la conservación y preservación del agua, aire, parques y bosques y la protección de refugios para la vida silvestre) en reformas educativas se ocupan de temas como el analfabetismo, las mejoras al rendimiento escolar de los estudiantes y los incentivos a maestros) y reformas económicas (buscan la inversión extranjera)<sup>103</sup>”.

En nuestra actualidad las campañas de cambios sociales se centran fundamentalmente en el sector salud como las campañas de prevención contra el uso y abuso de drogas, prevención contra el cáncer, prevención contra el virus SIDA, prevención contra de anorexia y bulimia, prevención contra la obesidad, etc. Países como Suecia, Canadá y Australia han implementado campañas para reducir el consumo de tabaco y alcohol y a la protección y conservación del medio ambiente y sus campañas han sido un éxito. En países como Filipinas, Indonesia y China se han realizado campañas sociales para fomentar la obligatoriedad de vacunar a los niños, hacer uso de terapias de rehidratación oral, la planificación familiar y alfabetización entre otras.

---

<sup>102</sup> Kotler Philip, Roberto L. Eduardo, *Mercadotecnia social estrategias para cambiar el comportamiento público*, 1993, p. 17

<sup>103</sup> *Ibidem*.

A partir de lo anterior se puede notar que las campañas de cambio social pretenden que los individuos y grupos cambien sus vidas transformando sus prácticas adversas o perjudiciales en productivas. A través del cambio social se transforman las actitudes y los valores de individuos, comunidades o sociedades, creando con ello nuevas tecnologías sociales que introducen alternativas encaminadas a elevar la calidad de vida de las personas. El cambio social se lleva a cabo en cualquier ámbito social, político, económico, en estilos de vida, y creencias.

Las campañas de cambio social provienen de personas, instituciones públicas o privadas u organizaciones que se dedican a dirigir, modular y controlar el cambio. Las campañas de cambio social pueden alcanzar sus objetivos de influir, determinar y cambiar las ideas y las prácticas de un grupo de individuos, un grupo social o una comunidad. Una campaña de cambio social “es un esfuerzo organizado conducido por un grupo (agente de cambio) que pretende convencer a otros (los destinatarios) de que acepten y modifiquen determinadas ideas, actitudes, prácticas y conductas”<sup>104</sup>. Sin embargo, en numerosos casos, el agente de cambio social busca como última instancia cambiar la conducta de los destinatarios. El cambio conductual puede presentarse al final de una serie de etapas intermedias, como el cambio en la información, conocimientos y actitudes de la población. Philip Kotler, propone cinco elementos necesarios para llevar a cabo una campaña de cambio social, siendo estos los siguientes:

- 1.- **Causa:** un objetivo social que los agentes de cambio consideran que ofrecerá una respuesta acertada a un problema social.
- 2.- **Agente de cambio:** un individuo u organización que intenta generar un cambio social y lo que implica una campaña de cambio social.
- 3.- **Destinatarios:** individuos, grupos o poblaciones enteras que son el objetivo de los llamados al cambio.
- 4.- **Canales:** vías de comunicación y distribución a lo largo de las cuales se intercambian y transmiten hacia atrás y hacia delante la influencia y respuesta entre los agentes de cambio y los destinatarios.
- 5.- **Estrategia de cambio:** la dirección y el programa adoptados por un agente de cambio para llevar a cabo el cambio en las actitudes y conductas de los destinatarios.

---

<sup>104</sup> [http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/marketing\\_social.html](http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/marketing_social.html) (recuperado el 9 de Octubre del 2008)

Este autor también propone el concepto de estrategia de cambio que son los programas adoptados por un agente de cambio para llevar a cabo el cambio en las actitudes y conducta de los destinatarios. Todas las estrategias tienen por objetivo lograr un cambio en los destinatarios de tal manera que se pueda influir ellos a través de métodos o tácticas. La táctica más usual es la publicidad. En cuanto a las estrategias de cambio encontramos cinco básicas que son: tecnológicas, económicas, político-legal, educativas, y de marketing social. Estas estrategias de cambio social pueden ser consideradas como elementos importantes para desarrollar una campaña social. De todas las estrategias descritas anteriormente, la que se adecua a nuestra campaña es la propagandística de tipo social donde utilizaremos como estrategia el marketing social o mercadotecnia social.

El término de *mercadotecnia social* o *marketing social* aparece por primera vez en 1971, cuando el Philip Kotler y Zaltman Gerald lo definen estrategia. El marketing social “describe el uso de los principios y técnicas de la comercialización encaminada al apoyo de una causa, idea o conductas sociales<sup>105</sup>”. Así mismo la mercadotecnia social tiene una relación con la producción de cambios sociales legales, tecnológicos, económicos y acercamiento a la información. Otros autores como Lazaer y Kelley (1984-26) definen la mercadotecnia social como “una rama de la mercadotecnia que se relaciona con la utilización del conocimiento mercadotécnico, orientándose al logro de mejores fines sociales<sup>106</sup>”.

El marketing social es una estrategia para cambiar la conducta de los individuos y pretende provocar cambios de comportamiento. Así mismo promueve ideas como prácticas sociales y como el propósito de cambiar la conducta. Abarca áreas sociales diversas como en el ámbito de la salud, el medio ambiente y la educación. Los objetivos del marketing social son diversos desde cambiar un cierto comportamiento o cambiar una creencia básica. El marketing social es un instrumento para lograr un cambio de conducta favorable en las personas que integran las sociedades, por lo que podemos entender que el marketing social tiene por objetivo cambiar la conducta de la gente, lograr introducir nuevos hábitos y promover el cambio social.

La mercadotecnia social o marketing social se caracteriza por ser no lucrativa. La ejercen organismos no lucrativos tales como: fundaciones, organizaciones ONG, religiosas y las

---

<sup>105</sup> Kotler Philip y Zaltman Gerald. *Mercadotecnia Social: Un enfoque al cambio social planificado*. JOURNAL OF Marketing, julio 1971:35:3-12).

<sup>106</sup> Acosta, *Mercadotecnia social: educación básica para adultos*, 1984. Pág.26

del Estado. Todas ellas se caracterizan por ser de tipo social, humanitarias y filantrópicas. Algunas personas también les llaman causas nobles. Estos organismos no lucrativos necesitan utilizar métodos y técnicas de la mercadotecnia para lograr sus objetivos. Sin embargo, hoy en día hay instituciones que por lo general no cuentan con fondos suficientes para cumplir sus objetivos debido no poseen financiamiento. Debido a esto no se pueden emplear técnicas y instrumentos de mercadotecnia que sean novedosos y eficaces.

Los pasos que se deben seguir para llevar a cabo un proyecto de mercadotecnia social, según Mendieve y Kotler (Acosta,1984:26), son los siguientes. Como primer paso se debe definir el o los objetivos del cambio social, y como segundo paso se deben analizar las actitudes y creencias, valores y conductas del grupo que se va estudiar. En este caso se analizará a la población heterosexual para conocer cuáles son sus percepciones, creencias, mitos, estigmas, estereotipos ideológicos y culturales, sobre la homosexualidad, de manera tal que ello permita obtener información sobre sus conductas y creencias homofóbicas. Una vez analizado nuestro problema como lo es la homofobia nos basaremos en una campaña propagandística de tipo para elaborar un plan de comunicación para combatir la homofobia. Así mismo, nuestro plan de comunicación se evaluará para conocer si nuestro proyecto es viable para llevar a cabo dicha campaña.

### **3. Hacia un diagnóstico de los índices de homofobia en el D. F.**

#### **3.1. Estrategia metodología para búsqueda de información sobre homofobia en el D.F.**

Dado los objetivos expresados en el apartado 1.3, este plan de comunicación se inscribe como producto de la investigación aplicada con trabajo de campo que tiene como objetivo primordial elaborar una campaña de propagandística de tipo social para intervenir estratégicamente en el ámbito de lo social-cultural a nivel metropolitano, con el fin de promover un pensamiento cívico, ético y social inclusivo y respetuoso por parte de la población heterosexual del Distrito Federal respecto a la comunidad lésbico- gay en general.

##### **3.1.1. Selección y justificación de los métodos de investigación**

Para llevar a cabo esta investigación utilizaré la metodología cuantitativa y cualitativa. La metodología cuantitativa surge en el primer tercio del siglo XIX, en el auge del positivismo este método lo utilizaban para recoger datos sin introducir los conocimientos más allá del campo de

la observación. La investigación cuantitativa "es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La investigación cuantitativa trata de determinar la fuerza de asociación o correlación entre variables, la generalización y objetivación de los resultados a través de una muestra para hacer inferencia a una población de la cual toda muestra procede. Tras el estudio de la asociación o correlación pretende, a su vez, hacer inferencia causal que explique por qué las cosas suceden o no de una forma determinada<sup>107</sup>".

Dentro de sus ventajas el método cuenta con una validez externa ya que con una muestra representativa de la población hacen inferencia a dicha población a partir de una muestra con una seguridad y precisión definida. Entre otras ventajas es objetiva, orienta al resultado, confirmatoria, y deductiva entre otras características.

En cuanto a la entrevista como técnica podemos decir que es una conversación entre dos o más personas, en la cual es el que pregunta el entrevistador. La finalidad de realizar esta entrevista es para dialogar sobre un problema o tema determinado teniendo un propósito profesional. Esta técnica es considerada como de recolección ya que va desde la interrogación estandarizada hasta una conversación libre, en algunos casos son utilizados cuestionarios como guías que orienten la conversación.

### **3.1.2. Selección y justificación de las técnicas e instrumentos empleados**

La metodología cuantitativa se rige por instrumentos como son los cuestionarios o "test de hipótesis que no sólo permite eliminar el papel del azar para descartar o rechazar una hipótesis, sino que permite cuantificar la relevancia clínica de un fenómeno midiendo la reducción relativa del riesgo, la reducción absoluta del riesgo y el número necesario de pacientes a tratar para evitar un evento<sup>108</sup>". Dentro de la metodología se encuentra la técnica de la encuesta que es el diseño característico de las ciencias sociales y parte de la premisa de que, si queremos conocer algo sobre el comportamiento de las personas, lo ideal es preguntárselo directamente para obtener con precisión la información.

---

<sup>107</sup> Hernández Sampieri, Roberto, Fernando Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar, *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, 1997. Pág.34

<sup>108</sup> Hernández Sampieri, Roberto, Fernando Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar, *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, 1997. Pág.59

En cuanto a la técnica de la encuesta es un método que logra un posible estudio de la realidad social, que presenta a su vez ventajas y desventajas. Dentro de las ventajas encontramos que su conocimiento de la realidad es primario, no mediado, y por lo tanto, es decir no es engañoso. El manejo y facilidad de agrupar los datos en forma de cuadros estadísticos, se hace más accesible la medición de las variables. Además de que este método de trabajo es económico y rápido. Las desventajas "la encuesta recoge la visión que la gente tiene de sí misma: no es lo mismo lo que la gente hace, siente o cree. Existen algunos recursos para reducir la magnitud de este serio problema, como omitir algunas preguntas que sabemos que las personas no quieren responder, cuidar la presentación del entrevistador, etc<sup>109</sup>".

Para llevar a cabo la obtención de información que nos permita conocer cuáles son las razones de que la mayoría de la población capitalina tenga tendencias homofóbicas se hace necesario aplicar la técnica de la encuesta. Primero, será necesario realizar un diagnóstico preliminar con el objetivo de detectar cómo se conforma el problema de la homofobia que afecta a la comunidad homosexual. Además de conocer cómo se caracteriza a la población homofóbica, etc. Todo ello con el objetivo de enfocar el público al que va ir dirigida nuestra campaña.

En consecuencia con lo anterior realizaremos una entrevista al director de la institución Democracia y Sexualidad Lic. Alexis Sorel Flores Sixtos para obtener información sobre la institución con él objetivo de conocer a qué tipo de problemas comunicativos se enfrenta en esta asociación, así como sus funciones y alcances. Esta entrevista persigue obtener información sobre la institución que nos contrata además de indagar en los síntomas del problema que se nos ha pedido resolver. La entrevista estará conformada por preguntas abiertas que responderá el director de la institución que nos contrata y se puede consultar en el Anexo 3 del presente documento.

El cuestionario que aplicaremos será para evaluar el índice de homofobia y lesbofobia en la zona metropolitana con mayor índice de asistencia poblacional homosexual como es la delegación Cuauhtémoc. Con la finalidad y objetivos de saber cómo perciben a los homosexuales y lesbianas, es decir, qué representación simbólica construyen los sujetos heterosexuales sobre los homosexuales, lo que nos permitirá conocer cómo debe

---

<sup>109</sup> Galindo Cáceres, Jesús (coordinador), *Técnicas de investigación*, Pearson Educación, 1998. Pág.56

implementarse una campaña propagandística de tipo social para diluir o disminuir el grado de discriminación contra homosexuales y lesbianas en el Distrito Federal. Este cuestionario será aplicado a homosexuales y heterosexuales en el Distrito Federal. (Ver Anexo 4).

### 3.1.3. Selección, descripción y justificación del universo

Como se comentó en el apartado anterior, para recabar la información necesaria para diseñar nuestra campaña emplearemos la técnica de la encuesta puesto que es un instrumento que "se ha convertido en una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales. Las organizaciones contemporáneas, políticas, económicas, o sociales, utilizan esta técnica como un instrumento indispensable para conocer el comportamiento de sus grupos de interés y tomar decisiones sobre ellos<sup>110</sup>". A continuación se exponen de forma resumida los objetivos y el universo de la encuesta y de los cuestionarios a aplicar:

Entrevista y cuestionario	Objetivos	Universo
<p><b>Entrevista</b> (11 preguntas)</p>	<p>1) Conocer cuáles son las funciones de la institución Democracia y sexualidad A.C. (Demisex) para conocer ampliamente cómo tratan de resolver la problemática de la homofobia y lesbofobia en los grupos vulnerables como son los homosexuales y lesbianas.</p>	<p>Director Demisex</p>
<p><b>Cuestionario</b> (62 preguntas)</p>	<p>1) Evaluar la percepción social sobre homosexuales y lesbianas</p> <p>2) Valorar los aspectos de discriminación rechazo y/o aceptación hacia homosexuales y lesbianas en el Distrito Federal.</p>	<p>400 mexicanos entre los 15 y los 70 años de cualquier orientación y /o preferencia sexual.</p>

<sup>110</sup> Galindo Cáceres, Luis Jesús (coordinador), *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación* México., Pearson Educación, 1998. Pág.33.

**La entrevista:**

Será aplicada al director de la institución Democracia y sexualidad A.C. (Demisex). A lo que respecta a la muestra será probabilística y representativa, pues estará enfocada en una persona concreta, tal y como lo exigen los objetivos propuestos para esta etapa de la investigación.

**El Cuestionario:**

Se preguntarán datos demográficos muy generales como son: Sexo, edad, religión escolaridad, ocupación, delegación en la que habita, etc. Para recabar la información del cuestionario es necesario aplicar una muestra de 400 cuestionarios a mexicanos entre los 15 y los 70 años de cualquier orientación y/o preferencia sexual, residentes en el Distrito Federal. Estará dividido en dos partes. La primera (de la pregunta número 1 a la pregunta 30) son preguntas diseñadas para ser contestadas por sujetos de todas las orientaciones sexuales. La segunda parte (preguntas de la 31 a la 62) están diseñadas para las personas que se identifiquen como homosexuales, lesbianas, bisexuales, transexuales, transgéneros, travestis y intersexuales, y únicamente serían respondidas por ellos.

El tipo de levantamiento será de cara a cara y auto aplicación, y se levantará en la Glorieta de Insurgentes en la Delegación Cuauhtémoc ya que es la delegación con mayor índice discriminación, violencia y asesinatos de crímenes de odio por homofobia contra homosexuales en el Distrito Federal. Será aplicado a un universo de heterosexuales y homosexuales de la Delegación Cuauhtémoc específicamente en la Zona Rosa ya que esta delegación es la más representativa debido a que encabeza la lista de las demarcaciones en donde más asesinatos se han cometido. Además de ser la delegación con mayor índice de asistencia poblacional homosexual; sin embargo, es en esta área donde la comunidad lésbico-gay es víctima de discriminación y violencia en mayor proporción en esta delegación que en ninguna otra en el Distrito Federal, según la Comisión Ciudadana contra Crímenes de Odio por Homofobia (CCCOH).

Por otra parte, nuestra muestra, está basada en el número de habitantes que está conformado el Distrito Federal siendo 8, 720,916 habitantes repartidos en las 16 delegaciones políticas. A continuación presentamos la distribución de los habitantes en cada una de las delegaciones políticas:

Descripción del universo	Población (Delegaciones)	No. de habitantes
Mexicanos entre los 15 y los 70 años de cualquier orientación y/o preferencia sexual.	Azcapotzalco	425 298
	Coyoacán	628 063
	Cuajimalpa de Morelos	173 625
	Gustavo A. Madero	1193 161
	Iztacalco	395 025
	Iztapalapa	1 820 888
	Magdalena Contreras	228 927
	Milpa Alta	115 895
	Álvaro Obregón	706 567
	Tláhuac	344 106
	Tlalpan	607 545
	Xochimilco	404 458
	Benito Juárez	355 017
	Cuauhtémoc	521 348
	Miguel Hidalgo	353 534
	Venustiano Carranza	447 459
	<b>Total de no. de habitantes:</b>	<b>8, 720, 916</b>

Sin embargo, esta muestra de 8, 720, 916 será calculada a partir de esta fórmula

$$N = \frac{n^2}{1 + n^2/n} = \frac{400^2}{1 + 400/100.000}$$

para conocer con precisión cuantos cuestionarios aplicaremos como muestra dando como resultado aplicar únicamente 400 cuestionarios. Cabe mencionar que se trata de una muestra no probabilística, pero sí representativa.

Por lo que concluimos, que a partir de esta fórmula aplicaremos 400 cuestionarios como ya lo habíamos mencionado dichos cuestionarios serán aplicados en la Zona Rosa que pertenece a la delegación Cuauhtémoc.

## **3.2. Análisis de los resultados**

Los resultados obtenidos del trabajo de campo se dividen en 2 partes, los obtenidos de la aplicación de la entrevista a nuestro cliente, y aquellos obtenidos de la aplicación de los cuestionarios aplicados a homosexuales y heterosexuales entre 15 y 70 años residentes en el Distrito Federal.

### **3.1.4. Síntesis de los resultados obtenidos de la entrevista aplicada al director de Democracia y sexualidad A.C. (Demisex).**

Los resultados completos de la entrevista se pueden constatar a través de la revisión de la transcripción de la misma (Anexo 5). A continuación, exponemos sintéticamente la información recabada, misma que nos permitió conocer cómo la institución Demisex trata de resolver la problemática de la homofobia y lesbofobia en los grupos vulnerables como son los homosexuales y lesbianas.

Democracia y sexualidad A.C. ha contribuido al impulso de campañas junto con otras instituciones como Censida (Centro Nacional para la Prevención y Control del VIH/ SIDA) y han realizado y llevado a cabo campañas en contra de la homofobia. Por otra parte, Demisex brindan consultas, asesorías, capacitaciones a profesores para informar acerca de los temas de educación sexual, diversidad sexual y homofobia. Así mismo, Demisex considera que para combatir la homofobia es necesario que la gente entienda que heterosexuales y homosexuales son iguales y con los mismos derechos.

### **3.2.2. Síntesis de los resultados obtenidos de la aplicación de cuestionario a homosexuales y heterosexuales residentes en el D.F.**

Los resultados obtenidos de la aplicación de este cuestionario (ver anexo 6) nos arrojaron en resumen que los homosexuales, lesbianas, bisexuales, travestis, transgéneros, y transexuales no son aceptados socialmente. Los resultados obtenidos a través de esta encuesta nos muestran claramente que la homosexualidad es reprobable dentro de nuestra población encuestada. A lo que respecta a la orientación sexual de los homosexuales, los heterosexuales consideran que sólo se les debe tolerar. En nuestra investigación realizada encontramos que sólo el 51% conoce la definición de que es un homosexual.

Es importante señalar que en nuestros resultados obtenidos, encontramos que los homosexuales encuestados expresaron que sus padres no aceptan su orientación sexual. Debido a su orientación sexual admiten haber sufrido de violencia en sus distintas manifestaciones (verbal, psicológica y agresión física). Esto ha causado que muchos de ellos se sientan culpables de su homosexualidad. Además los homosexuales se sienten discriminados, rechazados y excluidos debido a su orientación sexual.

Por lo que podemos decir, que nuestra cultura machista, los prejuicios personales de las personas y los estereotipos han contribuido a que a los homosexuales se les rechace y discrimine; así mismo a este grupo vulnerable se les priva y reprime su orientación sexual. Sin embargo, muchas de esas violaciones no se denuncian como actos discriminatorios que han sufrido.

Cabe mencionar que los homosexuales son los que más sufren algún tipo de violencia que va desde agresiones verbales, físicas y psicológicas a causa de su no aceptación social. En muchos casos los homosexuales son agredidos con palabras altisonantes. En cuanto a la violencia física y psicológica es más recurrente en el ámbito familiar y público. Así mismo, los malos tratos y los actos violentos se presentan con mayor frecuencia por parte de familiares, de la sociedad civil y de autoridades. Por lo que es importante señalar que la comunidad LGBTTT es una población que sufre de estigmas, discriminación, exclusión y un alto índice de homofobia y lesbofobia.

Por otra parte la población encuestada tiene un desconocimiento total sobre las palabras homofobia y lesbofobia; sin embargo, saben realizar actos homofóbicos y lesbofóbicos normales dentro nuestra vida cotidiana sin tener un conocimiento previo a dichas palabras. En cuanto a las influencias ideológicas por parte de la religión es un factor determinante que refuerza a la homofobia. Al igual que los programas televisivos cómicos que abusan ridiculizando y estereotipando principalmente más a los gays que a las lesbianas.

Como un dato relevante en nuestra investigación encontramos que sólo el 33% de los encuestados conoce la definición de qué es un homofóbico. Así mismo, nuestra población encuestada considera que a los homofóbicos se les debe de tolerar y respetar. Como datos relevantes de nuestra investigación encontramos que la homofobia está mayoritariamente arraigada en hombres jóvenes y adultos heterosexuales. En cuanto a las personas homofóbicas son jóvenes y adultos. De igual manera la lesbofobia es mayor en hombres adultos. A pesar que los homofóbicos contribuyen con malos tratos, palabras ofensivas, desprecios, burlas, exclusión, discriminación y en casos más extremos cometen crímenes por odio de homofobia, son aceptados dentro de la sociedad sin ningún problema.

Pero contrariamente a este apoyo a los homofóbicos, los encuestados mencionaron que la sociedad mexicana acepta la existencia de la homofobia; además de ser considerada como un problema social y cultural. Por todas estas razones los encuestados creen necesario reivindicar social y públicamente los derechos humanos de los homosexuales y lesbianas. Además de ser necesario difundir el tema sexualidad y de la diversidad sexual. De igual manera están de acuerdo en que se realice una campaña publicitaria que contribuya a concientizar a la sociedad mexicana sobre los temas de homofobia y lesbofobia.

Estos datos ya mencionados anteriormente nos permitieron conocer con exactitud cuál es la problemática que viven los homosexuales diariamente. Es por eso que es necesario llevar a cabo una campaña propagandística de tipo social que beneficie a la comunidad LGBTTTI ya que hemos detectados que la homofobia existe en nuestro contexto social por lo que será necesario implementar dicha campaña desde el ámbito sociocultural para promover un pensamiento cívico, ético y social inclusivo y respetuoso hacia la comunidad lésbico – gay. El diseño de este plan de comunicación pretende lograr el respeto y tolerancia hacia la diversidad sexual de nuestro país.

### **3.3.-Interpretación de resultados con vistas al diagnóstico final de la situación problemática. Reflexión en torno a sus posibles soluciones**

Dado todo lo anterior podemos señalar que la campaña propagandística de tipo social deberá llevarse a cabo con la finalidad de paliar el problema de la homofobia en el Distrito Federal y deberá comenzar por combatir la ignorancia sobre el concepto de homofobia, ya que hemos podido constatar que los sujetos homofóbicos no tienen una clara idea de que lo son. Recordemos que el 75 % de los encuestados desconoce que es la homofobia y lesbofobia, lo que nos resulta grave ya que en un país los índices de crímenes de odio por homofobia.

En ese sentido el problema inicial al que nos enfrentamos en esta investigación que era la presencia dañina de las manifestaciones homofóbicas por parte de los heterosexuales hacia los homosexuales, se replantea de la siguiente manera: la presencia de los sentimientos y actitudes homofóbicas en nuestra sociedad se debe básicamente a que los sujetos homofóbicos no se reconocen como tal, lo que hace que reproduzcan conductas y creencias homofóbicas en lugar de construir reflexiones y posturas hacia los homosexuales más abiertas y democráticas.

Es por ello que creemos que el problema va más allá de la presencia de la homofobia, porque se enfoca en la ignorancia sobre su contenido. El desconocimiento de la mayor parte de los encuestados heterosexuales del término Homofobia obstaculiza y en ocasiones impide que estos sujetos homofóbicos se identifiquen a sí mismos como tal. Mientras no haya un espacio para la auto reflexión que pase por un cuestionamiento directo y claro sobre la identidad homofóbica consideramos que no tenemos oportunidad como sociedad para comenzar a combatir tan grave mal.

Si se tiene en cuenta el número de campañas contra la homofobia realizadas a nivel nacional y distrital a partir del año 2000, podemos darnos cuenta que estas campañas han estado enfocadas mayormente en cuestionar a los heterosexuales como seres homofóbicos. Estas campañas no han sensibilizado a los heterosexuales sobre la realidad homosexual, sino sobre su comportamiento como sujetos discriminadores. Sin embargo, ante los altos índices de homofobia en México y en D.F., podemos decir que dichas campañas no han tenido una respuesta favorable de los públicos a los que han sido dirigidas. Por ello creemos necesario

cambiar la estrategia de propaganda y en lugar de cuestionar el grado de discriminación de los heterosexuales hacia los homosexuales, nuestra estrategia definirá claramente el término de homofobia puesto que nos hemos encontrado en el trabajo de campo que la mayoría de los encuestados desconocen el significado de homofobia y por ello no se reconocen como homofóbicos, aunque poseen actitudes homofóbicas.

El hecho de desconocer qué es la homofobia, hace que estos sujetos homofóbicos no se identifiquen como tales y por tanto sus actos discriminatorios, vejatorios e incluso violentos se hallan amparados bajo el manto simbólico de cualquier otra cosa que no es discriminación. Estos sujetos piensan y actúan como si ellos tuvieran el derecho de hacer lo que hacen, o peor como pensando que hacen algo correcto o normal, es decir, algo común.

Por todo lo anterior, la campaña que aquí se realizará tendrá a un público objetivo formado por heterosexuales hombres y mujeres de 15 años a 65 años de edad residentes del Distrito Federal. Con esta campaña se pretende beneficiar a la población de la comunidad de homosexuales, lesbianas, bisexuales, travestís, transgénero y transexuales y la institución Democracia y sexualidad A.C. (Demisex). Así mismo, esta campaña tiene como objetivo transmitir un cambio social para modificar la percepción, creencias, mitos, estigmas, estereotipos ideológicos y culturales, etc., que sólo generan discriminación, rechazo, indiferencia, maldad, crueldad, frialdad, exclusión, prejuicio, estigma y homofobia hacia la comunidad LGBTTTTI. El interés de nuestra campaña se centra principalmente a concientizar a la población del Distrito Federal en torno a la problemática de la homofobia, como expresión discriminatoria hacia los homosexuales. En cuanto a los alcances y metas de dicha campaña pretendemos llegar al menos al 50% de la población del Distrito Federal para que se concienticen de la problemática que representa la homofobia en el D.F., que es la capital que representa un mayor índice de asesinatos por homofobia. Por otra parte para llevar a cabo esta campaña y combatir este problema social como es la homofobia integraremos estrategias comunicativas como lo es la comunicación grafica para informar. A lo que respecta a la implementación de la campaña propagandística de tipo social, esperamos lograr un cambio en cuanto a la concepción que se tiene sobre los homosexuales generando una reflexión y conciencia.

#### **4. Plan Estratégico: la campaña de bien social “Vivir sin homofobia”**

##### **4.2. Estrategia para dar solución al problema de la homofobia en el Distrito Federal**

A partir de estos resultados obtenidos a través de las encuestas aplicadas encontramos que el 75% de los encuestados desconoce el significado de las palabras homofobia y lesbofobia. Debido a este desconocimiento o ignorancia las personas rechazan, discriminan, excluyen y en casos más extremos llegan odiar y a asesinar a personas con orientaciones sexuales distintas puede que no tengan conciencia de que son homofóbicos y lesbofóbicas.

A esto añadimos los resultados obtenidos mediante la recopilación de información documental que nos ha indicado los altos índices de crímenes por odio a los homosexuales en México, y en el Distrito Federal durante el 2002 y 2007 se han asesinado a 1000 personas por crímenes homofóbicos, se hace necesario realizar una campaña propagandística de tipo social que nos permita cambiar las actitudes y prejuicios que se tiene acerca de los homosexuales y sobre todo, informar a la población del Distrito Federal de aquellas actitudes que conducen a prácticas homofóbicas y lesbofóbicas ya que muchas veces las personas no logran vincular determinados comportamientos y/o discursos con prácticas discriminatorias hacia los homosexuales y lesbianas.

A través del cambio social pretendemos crear conciencia y cambiar la mala percepción que se tiene de los homosexuales informando a la sociedad acerca del tema de la homosexualidad. Y como ya lo habíamos mencionado anteriormente promover nuestra campaña que tiene por objetivo generar una cultura de respeto, justicia, equitativa e inclusión de los homosexuales y lesbianas en el imaginario simbólico colectivo de la comunidad urbana del Distrito Federal.

Sin embargo, la finalidad de realizar esta campaña consiste en informar a la población del significado de la homofobia además de dar a conocer cómo se manifiestan las actitudes homofóbicas para que las personas se autorreconozcan y cambien su actitud frente a los homosexuales.

### 4.3. Objetivos tácticos y metas a corto, mediano y largo plazo

Como estrategia general de nuestra campaña es cambiar la percepción que se tiene acerca de los homosexuales ya que nuestra población encuestada desconoce el tema homofobia.

A lo que refiere a la planeación de nuestra campaña propagandística de tipo social está planeada para realizarse en cinco años debido a que se necesita un período de tiempo para cambiar la conducta de los individuos y así poder realizar cambios de comportamiento y actitudes en las personas. Por otra parte esta campaña tiene por objetivo solucionar el problema de los altos índices de homofobia en el Distrito Federal. En cuanto a las etapas en la que se desarrollará la campaña será de la siguiente manera:

En la **primera etapa** hemos contemplado una temporalidad de mediano plazo es decir, se realizará en dos años. Sin embargo, esta primera etapa estará dividida en dos etapas: la primera de ellas será la “Informativa” y la otra llamada “de cuestionamiento”. Cada etapa tendrá una duración de un año.

En cuanto a la primera etapa se pretende informar sobre los sentimientos y pensamientos homofóbicos, porque en nuestra investigación de campo los resultados arrojados en las encuestas nos indican que los sentimientos y pensamientos homofóbicos en cada persona son comunes y normales, ya que en su vida cotidiana de las personas realizan actos y actitudes homofóbicas como agresiones verbales y físicas a pesar de realizar actos homofóbicos inconscientemente los encuestados no se asumen como homofóbicos. En cuanto a las diversas conductas homofóbicas van desde el rechazo y la exclusión hasta los crímenes de odio en contra de lesbianas, gays, bisexuales, travesti, transgénero y transexuales. El miedo a la diferencia, alimenta a la ignorancia y prejuicios que provocan que muchas personas sean agredidas verbal o físicamente además de negar el derecho de cada persona a ejercer su sexualidad conforme a su orientación sexual. Es por esto que debemos hacer hincapié acerca del significado de la palabra homofobia. Así mismo, informaremos sobre las actitudes y actos homofóbicos para que nuestro público se auto identifique y tome conciencia de sus actos.

En esta etapa informaremos a la población con datos estadísticos relevantes acerca del tema de homofobia y Crímenes de Odio por Homofobia. Durante esta etapa hemos considerado como meta informar a 2 millones de habitantes aproximadamente que transiten por la Zona Rosa.

La **segunda etapa** tendrá una temporalidad de un año y la hemos llamado “De cuestionamiento”. La finalidad de esta etapa es interpelar a los heterosexuales homofóbicos para que asuman y reconozcan que tienen comportamientos, actos y actitudes homofóbicas y así mismo generar en estas personas conciencia para que se hagan responsables de sus actos y lograr conciencia en ellos.

En esta etapa proponemos que se aborden temas acerca del ejercicio de la sexualidad, diversidad sexual, salud sexual y reproductiva desde las aulas escolares como primarias, secundarias, preparatorias con el propósito de garantizar a los niños, adolescentes y adultos a que reciban una información clara, oportuna, puntual y completa. Ya que consideramos que si empezamos hacer conciencia desde pequeños generaremos en un futuro un ambiente de respeto para todas aquellas personas que tienen una orientación sexual distinta a la heterosexual. En cuanto a la meta de esta etapa tenemos objetivo llegar aproximadamente a 4 millones de personas que haremos que reflexionen y se cuestionen sobre sus actitudes homofóbicas.

En cuanto a la **tercera etapa** tendrá una temporalidad a largo plazo es decir, de tres años. A esta etapa le hemos llamado “cambio de actitud”. Al igual que la segunda etapa insistimos en la estrategia de educar, en esta tercera etapa se promoverán y difundirán talleres, conferencias, capacitación a docentes, padres de familia y a servidores públicos a lo que respecta al trato hacia las personas homosexuales. En conclusión esta etapa estará encaminada al cambio de actitud en los jóvenes respecto a los homosexuales a través del fomento del respeto y la educación de valores sobre la diversidad sexual.

Así mismo, se informará sobre las diferentes formas de vivir, expresar amorosa y eróticamente la sexualidad sin tener que caracterizarlas como femeninas o masculinas. De igual manera elaborar materiales educativos, didácticos y informativos adecuados para un determinado público. Por lo que consideramos que el mejor combate hacia la homofobia es a través de la información y la educación. Por otra parte en esta etapa tenemos como meta llegar

a un público aproximadamente de 5 millones de habitantes para poder realizar un cambio social en la sociedad.

Cabe mencionar que en este plan de comunicación, sólo se elaborará la primera fase de la campaña “Vivir sin homofobia” siendo estas etapas “informativas” y “De cuestionamiento”. En cuanto a la decisión de realizar únicamente estas dos etapas se debe a que la institución Democracia y Sexualidad sólo contempla un presupuesto para estas dos únicas fases ya mencionadas.

### **4.3. Participantes y público del proyecto de campaña “Vivir sin homofobia”**

#### **4.3.1. Demysex, el cliente**

Democracia y Sexualidad (Demysex), inició labores en octubre de 1996 con la participación de profesionales de diversas disciplinas.

Demysex, es una red integrada por organizaciones dedicadas a la educación sexual y la defensa de los derechos sexuales, dentro de las cuales se encuentran instituciones civiles, gubernamentales y académicas como: el Centro Nacional para la Prevención el Control del VIH/Sida (CENSIDA), Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), Instituto Mexicano de la Juventud, Secretaría de Educación Pública (SEP) y Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL) entre otras organizaciones civiles.

Actualmente la oficina central de Democracia y Sexualidad está ubicada en Avenida Coyoacán # 1878 despacho 707 en la colonia del Valle. Esta organización está integrada por seis personas que desempeñan diversos puestos como: Coordinación general, coordinación de vinculaciones estatales y actividades administrativas entre otras.

Así mismo, Demysex cuenta con 26 representantes estatales como filiales a nivel República siendo los estados de Aguascalientes, Baja California, Chiapas, Chihuahua, Durango, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tabasco, Tamaulipas,

Tlaxcala, Veracruz, Yucatán y Zacatecas. De igual manera estas filiales se encuentran en el Distrito Federal y Estado de México.(ver anexo 7)

Su misión es fortalecer la educación de la sexualidad comprometida con el ejercicio y defensa de los derechos sexuales y la equidad de género para avanzar en la construcción de una cultura democrática.

El objetivo general de esta institución es desarrollar una estructura nacional, democrática, ejecutiva, dinámica y flexible que sensibilice a distintos actores sociales para influir en las políticas públicas en los temas de la educación sexual y los derechos sexuales.

En cuanto a sus objetivos específicos la institución Democracia y Sexualidad son los siguiente:

- 1.-Desarrollar la capacidad técnica de los representantes de las organizaciones que integran la red a nivel nacional para la promoción de la educación sexual desde una perspectiva política.
- 2.-Sensibilizar a diferentes sectores de la sociedad: maestros (as), padres y madres de familia, legisladores, comunicadores, líderes juveniles, y autoridades gubernamentales sobre la importancia de incluir en las políticas públicas la educación sexual y los derechos sexuales.

Las actividades que ofrece esta institución a las personas son:

- \*Brindar asesoría para la organización de redes estatales.
- \*Intercambiar información periodística a través de la red electrónica.
- \*Favorecer el intercambio de materiales impresos especializados.
- \*Brindar recursos técnicos para la realización de foros, ruedas de prensa y desplegados.
- \*Realizar investigación sobre las fuerzas sociales que influyen en la educación sexual.
- \*Realizar pláticas o talleres sobre derechos sexuales y educación sexual a: tomadores de decisiones, comunicadores, padres y madres de familia y líderes juveniles.
- \*Capacitar a maestras y maestros en educación sexual y derechos sexuales
- \*Participar en foros nacionales e internacionales.
- \*Participar en programas de radio y televisión.

Demysex cuenta con un comité organizador a nivel nacional, representantes de las redes estatales y amigos (as) de la red.

Las organizaciones que conforman la Red trabajan en programas de difusión, educación, capacitación, y servicios de salud sexual y reproductiva, diversidad, género y VIH-Sida. Dirigen sus acciones a diferentes públicos: niños y niñas, jóvenes, adultos, parejas y personas de la tercera edad. Actualmente están confirmados por 200 organizaciones en áreas urbanas, suburbanas y rurales en 22 estados del país y del Distrito Federal. Todas estas promueven la educación sexual y la defensa de los derechos sexuales, en un estado de la República.

Los amigos (as) de Demysex son personas o agrupaciones que simpatizan con los objetivos de la red, que reciben información y participación en actividades que se relacionan con sus objetivos.

#### **4.3.2. Asociaciones e instituciones gubernamentales y no gubernamentales, públicas y privadas con intereses y objetivos comunes a Demysex**

Instituciones gubernamentales : Centro Nacional para la Prevención el Control del VIH/Sida (CENSIDA), Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), Comisión Nacional de los Derechos Humanos (CNDH), Instituto Mexicano de la Juventud, Secretaria de Educación Pública (SEP) y Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL).

Instituciones no gubernamentales privadas: Afluentes sociedad civil, Agencia especializada de información NotieSe y Letra S, Sida, Cultura y Vida Cotidiana A.C.,(Letra S), Grupo de Información en Reproducción Elegida (GIRE) y Red por los Derechos de la Infancia en México entre otras.

### **4.3.3. Asociaciones e instituciones gubernamentales y no gubernamentales, públicas y privadas con intereses y objetivos opuestos a Demysex**

Los principales grupos que se oponen a las diversas actividades Democracia y Sexualidad se encuentra la iglesia católica, el Partido Acción Nacional (PAN), Comité Nacional PRO-VIDA, A.C., Enlace y Unión Nacional de Padres de Familia, A.C.

### **4.3.4. Beneficiarios de la campaña “Vivir sin homofobia”**

Los beneficiarios de esta campaña serán la comunidad LGBTTTI (de gays, lesbianas, bisexuales, travestis, transexuales, transgéneros) y otros públicos, mismos sobre cuyos perfiles demográficos, socioeconómicos y psicográficos expongo a continuación:

De acuerdo a los resultados arrojados en esta encuesta se pudo constatar que la población homosexual que respondió este cuestionario fueron en mayoría personas del sexo masculino siendo éste el 70%. A lo que respecta a la edad el 84% de los encuestados homosexuales tiene una edad promedio entre 15 y 24 años. En cuanto a la religión que profesan encontramos que el 55% profesa la religión católica. En cuanto al nivel de estudios encontramos que el 80% cuenta con una educación media superior. En cuanto a lo que respecta a la ocupación de las personas encuestadas donde encontramos que el 59% es estudiante.

A lo que respecta a la delegación donde habitan mayoritariamente nuestros encuestados es la zona en la Oriente que representa el 28% al igual que el Estado de México.(consultar gráficas en el anexo 8)

#### 4.3.5. Público objetivo de la campaña “Vivir sin homofobia”

Descripción de los perfiles demográficos, socioeconómicos (ver anexo 9) y psicográficos de heterosexuales homofóbicos (ver anexo 10).

De acuerdo a los resultados arrojados en esta encuesta se pudo constatar que la población que respondió este cuestionario fueron en mayoría personas del sexo masculino siendo éste el 57%. A lo que respecta a la edad de nuestros encuestados encontramos que el 61% tiene una edad entre 15 a 24 años. En relación al nivel de la religiosidad encontramos que el 58% profesa la religión católica. En cuanto al nivel de estudios encontramos que el 51 % cuenta con una educación media superior. A lo que respecta a la ocupación de las personas encuestadas encontramos que el 56% es estudiante. En cuanto al lugar de residencia por delegación en la que habitan los encuestados tenemos que el 26% habita en la zona en la Oriente.

Los heterosexuales homofóbicos a los que nos dirigimos en su gran mayoría (90%) acepta conocer a personas homosexuales, aunque dicen no formar parte de sus familias ni ser amigos de ellos. Casi todos coinciden en afirmar que la homosexualidad es normal. Por otra parte consideran los encuestados que a los homofóbicos se debe respetar. Estos sujetos no ejercen distinción entre la homosexualidad masculina y la femenina.

Casi el 70% de nuestro público meta desconoce el significado de las palabras homofobia y lesbofobia, y casi en su totalidad (96%) no se consideran homofóbicos, aunque consienten en afirmar que en la sociedad mexicana actual existe homofobia. En su mayoría, los sujetos de nuestro público meta piensan que la homofobia es un problema social porque tiene una causa cultural.

## **5. Plan Táctico de la estrategia Vivir sin homofobia**

### **5.1. Diseño de las tácticas**

Para llevar a cabo el diseño de las tácticas de la campaña desarrollaremos únicamente la primera fase del plan que es la fase publicitaria. En cuanto a la segunda fase del plan de comunicación que corresponde a una fase de intervención educativa sólo mencionaremos su diseño en cuanto a su estrategia y táctica. Sin embargo, como ya lo hemos mencionado anteriormente esta fase no se llevará a cabo en este momento debido a la falta de presupuesto de la institución Democracia y sexualidad.

A continuación presentamos las estrategias y tácticas que conforman la primera y segunda fase del plan de comunicación:

#### **Estrategia 1. Fase publicitaria:**

Realizar una campaña propagandística de tipo social para cambiar la percepción sobre los homosexuales y así intentar disminuir los índices de homofobia de la población joven del Distrito Federal.

#### **Tácticas:**

1.- Informar por medio de la campaña a heterosexuales jóvenes en el Distrito Federal sobre lo que significa el concepto de homofobia. Esto lo haremos de cuatro formas diferentes: primero dando a conocer la definición del concepto, después informaremos las formas en que se manifiesta la homofobia en las conductas de las personas con la finalidad de evidenciar las prácticas y las actitudes homofóbicas. Así mismo, informaremos y sensibilizaremos a la población sobre el sufrimiento de las personas homosexuales que sufren a causa de las agresiones de parte de sus victimarios (as) los homofóbicos (as). Por otra parte daremos a conocer los datos más relevantes sobre los crímenes de odio por homofobia.

2.- Cuestionar por medio de la campaña al heterosexual sobre su pensamiento y su eventual práctica homofóbica. Esta táctica la llevaremos a cabo mediante mensajes de interpelación.

## **Estrategia 2.**

### **Fase de intervención educativa:**

En esta fase tenemos como estrategia educar y informar a las personas a través de talleres, conferencias, capacitación a docentes, padres de familia y a servidores públicos a lo que respecta al trato hacia las personas homosexuales. Otro objetivo en esta fase es cambiar la actitud y percepción que se tiene sobre las personas homosexuales y fomentar en las nuevas generaciones de jóvenes el respeto y educación hacia la diversidad sexual.

### **Tácticas:**

- 1.-Coordinar, programar y realizar visitas de especialistas en el tema de diversidad sexual a las escuelas secundarias, preparatorias y universidades públicas y privadas con vistas a la impartición de talleres y conferencias que ayuden a inculcar en los jóvenes respeto y comprensión hacia personas con preferencias sexuales diferentes.
- 2.- Elaborar materiales didácticos para fomentar valores y actitudes positivas de respeto a la diferencia, y en particular a la diversidad sexual.

#### **5.1.1. Selección y justificación de métodos de intervención, medios y/ o canales a utilizar**

Para llevar a cabo la difusión de la campaña “Vivir sin homofobia” nos basaremos en la publicidad exterior que es un medio visual que se encuentra en exterior o al aire libre. Este medio está dirigido al público que se encuentra en movimiento, que utiliza las vías de transportación terrestre y a las personas que se encuentran fuera de sus hogares. Así mismo, este tipo de publicidad se encuentra en edificios y en diferentes medios de difusión móviles. Por otra parte la publicidad exterior es un medio eficaz, productivo y rentable, en cuanto a su costo es bajo debido a que este medio se vende por millares.

La publicidad exterior está conformada por los anuncios, anuarios, banderolas, catálogos, **carteles**, carteles en los taxis, carros de los supermercados, circuitos cerrados de televisión en diversos, **espacios publicitarios, espectaculares, tríptico**, guías, globos aerostáticos, letreros luminosos, lonas de fachada o andamio, octavillas (buzoneo), Paneles (mupis), pantallas en autobuses, aviones, trenes, etc, publicidad por correo (mailing), publicidad en los envases, publicidad en el punto de venta: carteles, exhibidores, etc. rótulos luminosos, rótulos de transporte (transporte público, vehículos privados y vehículos de carga), señalizaciones, **tarjetas postales gratuitas y vallas publicitarias**.

Para la publicidad de la campaña propagandística de tipo social, hemos elegido como medios publicitarios: carteles, espacios publicitarios, espectaculares, folletos, tarjetas postales gratuitas y vallas publicitarias. A continuación presentamos la justificación de cada medio y sus ventajas y desventajas.

En esta campaña hemos elegido como medio el **cartel** que cuya definición “es un grito pegado en la pared<sup>111</sup>”. El cartel es un medio que transmite un mensaje breve, el cual debe ser atractivo para despertar el interés. Su objetivo básico es llamar la atención de las personas, no sólo de lo que anuncia o informa, sino el cómo lo hace.

Así mismo, el cartel también se define como un mensaje que tiene por objetivo penetrar la conciencia del individuo e inducirlo a adoptar la conducta sugerida por dicho cartel.

En cuanto a la selección de los **espacios publicitarios** para difundir la campaña, hemos elegido los espacios publicitarios que se encuentran en el interior del Sistema de Transporte Colectivo (STC) Metro de la ciudad de México, que cuenta con 70 mil espacios destinados a la publicidad que diariamente impacta a un promedio de 5 millones de personas. Este medio “ofrece una amplia variedad de espacio con largos tiempos de exposición de mensajes (28 minutos en vagón y 4 minutos en andén) que contribuyen con el éxito de campañas publicitarias y sociales<sup>112</sup>”. A lo que respecta a su “costo es bajo en función de número de impactos y un alto porcentaje de recordación, ya que la mayoría de los usuarios viajan solos y cuentan con una receptividad mayor”. En cuanto a “los perfiles de usuario revelan

<sup>111</sup> Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto, *Publicidad en medios*, Trillas, 2003. Pág. 32

<sup>112</sup> <http://www.isa.com.mx/metro.html> (recuperado el 19 de Enero del 2009)

que son en su mayoría: gente joven, económicamente activa, que estudian o trabajan, son amas de casa, principalmente de nivel socioeconómico C y D y que en su mayoría pertenecen largos periodos de tiempo transportándose<sup>113</sup>.

Como ya habíamos mencionado, la Zona Rosa es el lugar con mayor índice de crímenes de odio por homofobia es por esto que seleccionamos la línea 1 que corresponde de Observatorio a Pantitlán y viceversa esta línea tiene una influencia de 29,520.147 personas diariamente.

En cuanto a la distribución de la publicidad de la campaña en el STC sólo se localizará en la estación del metro Insurgentes teniendo como espacios publicitarios en pasillos como espacios en andenes (3.48x 1.52). En cuanto a la publicidad en el interior de los vagones publicaremos nuestra campaña a través de cabeceras (0.55 x 0.75 mts). Por otra parte la permanencia de los espacios publicitarios tendrá una temporalidad de un año. Así mismo los espacios publicitarios contarán con distintos carteles.

Otro medio que hemos seleccionado de la publicidad exterior son los **espectaculares** que “son estructuras metálicas, construidas sobre terrenos o azoteas con un plano vertical sobre el que se coloca un anuncio para transmitir un mensaje publicitario a las personas que transmitan por calles, avenidas y carreteras. Por efectos prácticos, se procura que las aéreas de exhibición tengan tamaños estandarizados para facilitar la producción y operación de los anuncios<sup>114</sup>”. Por otra parte los espectaculares tienen un fuerte impacto sobre el tráfico vehicular y peatonal.

Para esta campaña hemos elegido el tríptico que es un impreso formado por una lámina de papel o cartulina que se dobla en tres partes que están interrelacionadas y cuyos elementos físicos están unidos en su parte posterior, lo cual permite, al extenderlo, que se mantenga de pie. Además de ser un instrumento divulgativo o publicitario.

En cuanto al contenido en los trípticos debe ser atractivo, claro, informativo, convincente y sintético. El tamaño de los trípticos es el de una hoja tamaño carta, por lo general los trípticos se imprimen en cartulinas (brillante / mate), o en papel ilustración grueso (brillante /

<sup>113</sup> <http://www.isa.com.mx/metro.html>(recuperado el 19 de Enero del 2009)

<sup>114</sup> Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto, *Publicidad en medios*, Trillas, 2003. Pág. 41

mate). Para obtener interés y éxito de un tríptico dependerá de la creatividad del diseñador gráfico. A lo que respecta a las ventajas de este medio publicitario es que a mayor cantidad de trípticos disminuye su costo. Así mismo, la información proporcionada a través del tríptico puede llegar a aún mayor de número de personas. Como desventaja de este medio es su poca durabilidad debido a que después de leer los trípticos las personas los tiran a la basura.

En cuanto a la distribución de los trípticos se puede realizar en tiendas, locales, cafeterías, restaurantes, estéticas, sex shop, escuelas, oficinas y instituciones, para que cada persona tome un tríptico. Así mismo estos trípticos pueden también distribuirse por correo electrónico mediante listas especiales. Es por esto que el tríptico es el medio ideal para informar a las personas sobre el tema de homofobia.

Características del Tríptico:

\*En la portada se imprime el título del tema del tríptico.

\*En el interior se despliega el argumento de la información del tema apoyada con imágenes. El juego de tres láminas que se van desplegando permite ir exponiendo la información en un orden determinado de tal manera que el lector se interese de la información proporcionada.

Así mismo, también elegimos la publicidad en **tarjetas postales gratuitas** que han demostrado ser un efectivo medio de publicidad debido a que “una postal comunica de manera libre y sin imposición por que el consumidor sólo toma aquella tarjeta que le interesa o le llama la atención, ya sea por su diseño, fotografía, contenido o creatividad<sup>115</sup>”. En cuanto a la impresión de las tarjetas se realiza mediante la cuatricromía es decir, cuentan con una calidad fotográfica. Por otra parte este medio publicitario se distribuye de manera gratuita en plazas comerciales, boutiques, galerías de artes hoteles, cafeterías, bares, restaurantes y antros. Es muy popular entre los jóvenes y es coleccionable y de larga duración. En cuanto a la elección de este medio debe a que nuestro público objetivo son jóvenes que en su mayoría coleccionan este tipo de tarjeta. Por otra parte son prácticas, baratas y son fáciles de leer.

Por este motivo se han seleccionado las **vallas** que son un medio muy eficaz ya que este tipo de anuncio puede ser visible desde un punto lejano, permitiendo al conductor observar

<sup>115</sup> <http://envia.xoc.uam.mx/tid/investigaciones/> (Publicidad de Camel.doc) (recuperado el 29 de Febrero del 2009)

el anuncio. Una ventaja de este medio es que se localizan en zonas con un alto porcentaje de tráfico. Así mismo la valla tiene por objetivo captar la atención de los conductores y transeúntes.

Otra ventaja de las vallas es que el anuncio permanece 24 horas al día y los 7 días de la semana permitiendo a las personas observarlo en cualquier hora del día. Las vallas se instalan como estrategias para segmentar las campañas de comunicación. Por estas razones se seleccionaron las vallas ubicadas en Niza entre las calles de Liverpool y Génova. En cuanto a los materiales de estas vallas están construidas en acero inoxidable y cuentan con iluminación.

Otro medio seleccionado en esta campaña son los artículos promocionales que son “un conjunto de actividades, técnicas y métodos que se utilizan para lograr objetivos específicos, como informar, persuadir o recordar al público objetivo, acerca de los productos y/o servicios que se comercializan<sup>116</sup>”. Los artículos promocionales son mensajes publicitarios impresos en tazas, bolígrafos, llaveros, encendedores, llaveros, gorras, chamarras, playeras, etc.

Para la promoción de la campaña se ha elegido como artículo promocional la playera o camisetas que suelen ser imágenes o estampados. En cuanto al proceso de estampado se realiza a través de serigrafías, impresiones en vinilo, bordados u otros elementos decorativos con algún texto o dibujo publicitario, chistoso o reivindicativo. Este tipo de artículos promocionales son muy usuales en negocios y empresas para promocionar sus productos e incrementar sus ventas. Sin embargo, los promocionales también son utilizados en causas humanitarias para concientizar a la población sobre una causa estos productos sirven para promocionar y tomar conciencia sobre una causa.

En cuanto a la función de las playeras es promocionar un evento empresarial, institucional o de cualquier otra índole, pero en nuestro caso las playeras tendrán la función de difundir y promover la campaña propagandística de tipo social “Vivir sin homofobia”. En cuanto a las ventajas de los artículos publicitarios encontramos que su tiempo de exposición es de mayor tiempo debido al uso continuo de las personas que las portan. Además de ser un estos productos son utilizados todos los días, varias veces al día, siendo un medio perfecto para recordar y promocionar una marca o evento. Como desventaja de este medio tenemos que su

---

<sup>116</sup> <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html> (recuperado el 8 de Marzo del 2009)

costo es alto cuando se compran pocas piezas de artículos promocionales. Por otra parte los productos promocionales han demostrado ser muy eficaces para promover un negocio, evento o campañas dentro y fuera de las empresas o instituciones.

Por otra parte, otro medio indispensable y elemental para llevar a cabo esta campaña será necesario aplicar estrategias educativas que contribuyan al cambio de actitud de las personas sobre el tema de la homosexualidad y homofobia. Como estrategias educativas hemos elegido las conferencias, talleres y capacitaciones que son medios utilizados como apoyo a actividades educativas donde se pretende informar sobre algún tema o asunto con la finalidad de informa al público sobre algún tema. Las conferencias y talleres son exposiciones académicas que presentan hechos y ideas que al poner de manifiesto, individualmente o por equipo, diferentes temas para generar discusiones y llegar a conclusiones en cuanto a los temas suelen ser polémicos y actuales.

Para el tema de homofobia creemos pertinente ofrecer información clara, precisa y oportuna a través de conferencias, talleres y capacitaciones para informar, reflexionar y concientizar sobre el grave problema que es la homofobia donde las personas homosexuales son víctimas de personas homofóbicas. Es por esto que es necesario hacer de conocimiento público este problema ya considerado como un problema de salud pública.

Para su mejor comprensión la distribución de medios y canales de información por estrategia y táctica, queda como sigue:

No. de estrategia.	Duración	Táctica	Medios, métodos o canales
1	1 año	<p>1.-Realizar la publicidad gráfica para informar a los jóvenes heterosexuales sobre la definición de homofobia y lesbofobia, con el objetivo de informar a las personas que desconocen sobre este tema. Así mismo informaremos a los habitantes del Distrito Federal sobre las actitudes y sentimientos homofóbicos.</p> <p>2.-Realizar la publicidad gráfica para informar a los jóvenes heterosexuales acerca de los datos estadísticos y relevantes de este tema. El objetivo de esta táctica es informar y dar a conocer la situación de este tema.</p>	<p>*Cartel</p> <p>*Espacios publicitarios en el Sistema de Transporte Colectivo Metro (STM)</p> <p>*Espectacular</p> <p>*Tarjetas postales</p> <p>*Vallas</p>
	2 años	<p>3.- Realizar la publicidad gráfica para informar a los jóvenes heterosexuales sobre las actitudes y actos homofóbicos. Por medio de esta táctica pretendemos que las personas se auto identifiquen, asuman, reconozcan su homofobia y reflexionen sobre este tema que afecta a miles de personas homosexuales.</p> <p>4.-Realizar la publicidad gráfica para promocionar y difundir talleres, conferencias. Esta táctica tiene como objetivo informar y educar en torno al tema de la homofobia.</p>	<p>*Cartel</p> <p>*Espacios publicitarios en el Sistema de Transporte Colectivo Metro (STM)</p> <p>*Folleto</p> <p>*Vallas</p>
2	3 año	<p>1.-Realizar conferencias y talleres acerca de los temas como sexualidad, diversidad sexual, salud sexual y reproductiva sin descartar el tema de homofobia y lesbofobia. En cuanto a la finalidad de las conferencias y talleres es proporcionar información clara, concisa, oportuna y puntual.</p> <p>2.-En el cuarto y quinto año del plan de comunicación se promoverán y difundirán talleres, conferencias, capacitación a docentes, padres de familia y a servidores públicos a lo que respecta al trato y respeto hacia las personas homosexuales.</p> <p>Consideramos que la mejor manera de combatir a la homofobia es por medio de la educación.</p> <p>3.-Elaborar materiales didácticos para fomentar valores y actitudes positivas de respeto a la diferencia y en particular a la diversidad sexual.</p> <p>Por otra parte, como ya lo habíamos mencionado anteriormente esta etapa de la campaña no será realizada sólo hacemos mención de ella por formar parte del proyecto.</p>	<p>*Docentes especialistas en el tema</p> <p>*Salones o audiovisuales</p>

#### 4.1.2.-Recursos necesarios (tecnológicos, humanos, naturales, etc).

En este apartado, indicaremos los recursos necesarios para implementar las estrategias y tácticas que conforman nuestro plan de comunicación.

No. de estrategia	Táctica	Medios	Recursos Tecnológicos	Recursos materiales	Recursos humanos
1	Informar	*Tarjetas postales * Folleto *Espacios publicitarios Artículo promocional (playera)	*Computadora *Programas de diseño gráfico como:Corel Draw,IIllustrator y Photoshop. *Cámara fotográfica.	*Colores *Block de dibujo *Lápices *Sacapuntas *Plumones *Cuaderno de notas	* Un diseñador gráfico
	De cuestionamiento	*Cartel *Folleto *Espectacular *Vallas *Espacios publicitarios *Tarjetas postales	*Computadora *Programas de diseño gráfico como:Corel Draw,IIllustrator y Photoshop. *Cámara fotográfica. *Cañón	*Colores *Block de dibujo *Lápices *Sacapuntas *Plumones *Cuaderno de notas *Audiovisuales para llevar a cabo conferencias y talleres.	*Especialistas en los temas de homosexualidad y homofobia *Un diseñador gráfico
2	Cambio de actitud	*Espacios publicitarios *Folleto *Tarjetas postales *Vallas	*Computadora *Programas de diseño gráfico como:Corel Draw,IIllustrator y Photoshop. *Cámara fotográfica. *Cañón	*Colores *Block de dibujo *Lápices *Sacapuntas *Plumones *Cuaderno de notas *Audiovisuales para llevar a cabo conferencias y talleres.	*Especialistas en los temas de homosexualidad y homofobia *Un diseñador gráfico

### **5.1.3. Presupuesto**

Como se podrá notar, debido a que el presupuesto con el que se cuenta sólo alcanza para implementar la estrategia No. 1, en este apartado nos enfocaremos en desarrollar únicamente lo concerniente a ella.

En esta primera etapa de la campaña que hemos llamado “Vivir sin homofobia” se ha contemplado un presupuesto únicamente para sólo dos años a continuación describimos los medios, métodos y/o canales. Para la realización de esta campaña contaremos con la cantidad de \$ 1,369,339.18 para implementar sólo dos años de la campaña siendo éste el presupuesto de la institución Democracia y sexualidad. Cabe mencionar que esta etapa será la única que se llevará a cabo en la realización de dicho proyecto debido al límite presupuestal de la institución contratante Demysex (Democracia y sexualidad).

*Presupuesto*

### 5.1.3. PRESUPUESTO

#### ETAPA DE LANZAMIENTO

Medio, métodos y/o canales	Características	Tiempo de inserción	Cantidad	Costo de inserción total al mes	Costo total por cantidad	Total de tiempo de inserción por 6 meses
<b>Cartel</b>	El cartel tendrá las medidas de 60 X 40 cm. En cuanto a su acabado será mate. Por otra parte, se imprimirán cinco distintos carteles cada uno tendrá 1 millar por cartel.	6 meses	5 millares	\$19,000.00	\$3.80	\$19,000.00
<b>Tríptico</b>	El tamaño del tríptico será de 21 cm de ancho por 29.7 cm de alto siendo este el tamaño de una hoja tamaño carta. El tríptico como su nombre lo indica está conformado por tres partes de ambos lados. Para la impresión de trípticos Habrá dos versiones A y B cada uno de ellos tendrá 1.5 millares sumando ambas versiones 3 millares.	6 meses	3 millares	\$5,100.00	\$1.70	\$5,100.00
<b>Espectacular</b>	El espectacular tendrá la definición de homofobia. <b>Medidas:</b> 12.90 X 10.80 <b>Base:</b> 12.90 <b>Altura:</b> 10.8 <b>Área:</b> 139.32 <b>Orientación de vista:</b> poniente <b>REFERENCIAS:</b> Se encuentra ubicada entre las calles de Chapultepec y Durango sobre la Avenida Insurgentes frente a la farmacia de dios. <b>UBICACION:</b> Puebla # 182 esquina Insurgentes. Col. Roma. Delegación Cuauhtémoc. México D.,F. <b>CON VISTA DESDE:</b> Glorieta de Insurgentes Norte con dirección hacia el Viaducto Miguel Alemán de Norte A Sur sobre la Avenida Insurgentes	2 meses	2 espectaculares	\$54,000.00	\$27,000.00	\$54,000.00
<b>Espacios publicitarios cabecera (0.55 X 0.75 mts)</b>	Sólo una cabecera se localizará en el interior de cada vagón. Las cabeceras se colocarán en 10 trenes que circulan durante el día. Así mismo, se colocaran tres distintos carteles en esta etapa de lanzamiento.	3 meses	108 cabeceras	\$225,990	\$2,09.25	\$677,970.00

### ETAPA DE LANZAMIENTO

Medio, métodos y/o canales	Características	Tiempo de inserción	Cantidad	Costo de inserción total al mes	Costo total por cantidad	Total de tiempo de inserción por 6 meses
<b>Espectacular</b>	El espectacular tendrá la definición de homofobia. <b>Medidas:</b> 12.90 X 10.80 <b>Base:</b> 12.90 <b>Altura:</b> 10.8 <b>Área:</b> 139.32 <b>Orientación de vista:</b> poniente <b>UBICACION:</b> Alrededor de la Glorieta de Insurgentes.	2 meses	2 espectaculares	\$54,000.00	\$27,000.00	\$54,000.00
<b>Postales</b>	Las siete postales tendrán las siguientes medidas: 15 cm largo y 10 de ancho y cada una de ellas tendrá un millar.	6 meses	7 millares	\$15,400.00	\$2.20	\$15,400.00
<b>Publicidad en transporte publico</b>	Sólo se contratarán 6 camiones de transporte público que tendrán una ruta de Av. Insurgentes Norte. Cantera - Calzada. Misterios - Reforma - Lagunilla - Allende - 20 de Noviembre y Zócalo. Estos camiones circulan 3 ida y 3 de regreso durante el día. Este transporte publicitará la frase y logo de la campaña.	12 meses	6 camiones	\$72,453.18	\$ 12,075.53 (anual)	\$72,453.18
<b>Vallas publicitarias urbanas</b>	Las vallas estarán ubicadas en Niza entre Liverpool y Génova.	1 mes	5 vallas	\$4,800.00	\$24,000.00	\$24,000.00

#### PROMOCIONALES:

Promocional	Características	Temporalidad	Cantidad	Costo unitario	Costo total
<b>Playera institucional de la campaña</b>	La playera será en color negro y llevara el logo de la campaña en la parte de enfrente.	12 meses	1000 playeras	\$50.00	\$50,000.00

**SUBTOTAL DE LA ETAPA : \$971,923.18**

\* Los precios incluyen iva del 15%.

**ETAPA DE MANTENIMIENTO**

<b>Medio, métodos y/o canales</b>	<b>Características</b>	<b>Tiempo de inserción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo de inserción total al mes</b>	<b>Costo total por cantidad</b>	<b>Total de tiempo de inserción por 4 meses</b>
<b>Cartel</b>	El cartel tendrá las medidas de 60 X 40 cm. En cuanto a su acabado será mate. Por otra parte, se imprimirán cinco distintos carteles cada uno tendrá 1 millar por cartel.	6 meses	5 millares	\$19,000.00	\$3.80	\$19,000.00
<b>Tríptico</b>	El tamaño del tríptico será de 21 cm de ancho por 29.7 cm de alto siendo este el tamaño de una hoja tamaño carta. El tríptico como su nombre lo indica está conformado por tres partes de ambos lados. Para la impresión de trípticos habrá dos versiones a y b cada uno de ellos tendrá 1.5 millares sumando ambas versiones 3 millares.	4 meses	3 millares	\$5,100.00	\$1.70	\$5,100.00
<b>Espacios publicitarios Panel de andén (2.28 X 1.52 mts)</b>	Los paneles de estaciones se localizarán en el pasillo donde se encuentran los trenes. En cuanto a su distribución será de la siguiente manera: en la estación del metro Insurgentes se colocarán 4 paneles de estación bimestral. Estos se localizarán en Pantitlan - Observatorio y Observatorio - Pantitlan. En estos espacios se colocarán cuatro distintos carteles.	1 meses	8 panes de estación	\$117,808.00	\$29,452.00	\$117,808.00
<b>Espectacular</b>	El espectacular tendrá la definición de homofobia <b>Medidas:</b> 12.90 X 10.80 <b>Base:</b> 12.90 <b>Altura:</b> 10.8 <b>Área:</b> 139.32 <b>Orientación de vista:</b> poniente <b>UBICACION:</b> Alrededor de la Glorieta de Insurgentes.	2 meses	2 espectaculares	\$54,000.00	\$27,000.00	\$54,000.00
<b>Postales</b>	Las siete postales tendrán las siguientes medidas: 15 cm largo y 10 de ancho y cada una de ellas tendrá un millar.	6 meses	7 millares	\$15,400.00	\$2.20	\$15,400.00
<b>Vallas publicitarias urbanas</b>	Las vallas estarán ubicadas en Niza entre Liverpool y Génova.	2 mes	4 vallas	\$19,200.00	\$4,800.00	\$19,200.00

\* Los precios incluyen iva del 15%.

**SUBTOTAL DE LA ETAPA :** \$230,508.00

**ETAPA DE DECLIVE**

<b>Medio, métodos y/o canales</b>	<b>Características</b>	<b>Tiempo de inserción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo de inserción total al mes</b>	<b>Costo total por cantidad</b>	<b>Total de tiempo de inserción por 2 meses</b>
<b>Cartel</b>	El cartel tendrá las medidas de 60 X 40 cm. En cuanto a su acabado será mate. Por otra parte, se imprimirán cinco distintos carteles cada uno tendrá 1 millar por cartel.	6 meses	5 millares	\$19,000.00	\$3.80	\$19,000.00
<b>Tríptico</b>	El tamaño del tríptico será de 21 cm de ancho por 29.7 cm de alto siendo este el tamaño de una hoja tamaño carta. El tríptico como su nombre lo indica está conformado por tres partes de ambos lados. Para la impresión de trípticos habrá dos versiones a y b cada uno de ellos tendrá 1.5 millares sumando ambas versiones 3 millares.	4 meses	3 millares	\$5,100.00	\$1.70	\$5,100.00
<b>Espacios publicitarios Panel de andén (2.28X 1.52 mts)</b>	Los paneles de estaciones se localizarán en el pasillo donde se encuentran los trenes. En cuanto a su distribución será de la siguiente manera: en la estación del metro Insurgentes se colocarán 4 paneles de estación bimestral. Estos se localizarán en Pantitlan - Observatorio y Observatorio - Pantitlan	1 meses	4 panes de estación	\$29,452.00	\$117,808.00	\$117,808.00
<b>Postales</b>	Las siete postales tendrán las siguientes medidas: 15 cm largo y 10 de ancho y cada una de ellas tendrá un millar.	6 meses	7 millares	\$15,400.00	\$2.20	\$15,400.00
<b>Vallas publicitarias urbanas</b>	Las vallas estarán ubicadas en Niza entre Liverpool y Génova.	2 mes	2 vallas	\$9,600.00	\$4,800.00	\$9,600.00

**SUBTOTAL DE LA ETAPA : \$166,908.00**

**TOTAL DE LA CAMPAÑA:**

**LANZAMIENTO:** \$971,923.18  
**MANTENIMIENTO:** \$230,508.00  
**DECLIVE:** \$166,908.00  
**TOTAL:** \$1,369,339.18

\* Los precios incluyen iva del 15%.

#### 5.1.4. Ejecución de las tácticas

A continuación presentamos las ejecuciones correspondientes a la primera etapa de la campaña (estrategia 1) que estará conformada por 9 ejecuciones, correspondientes a las 4 tácticas implementadas.

##### Planteamiento de la ejecución 1 (táctica 1, estrategia 1)

**Medidas del cartel:** 60 X40 cm

**Tema:** Definición de homofobia

**Descripción de cartel:** Este cartel llevará la definición de homofobia debido a que el 75% de los encuestados desconoce el significado de las palabras homofobia.

**Contenido del cartel:** “La homofobia es la intolerancia a la homosexualidad que se manifiesta en prejuicios, estigma, desprecio, rechazo, odio, discriminación y en crímenes de odio por homofobia”.

**Diseño del cartel:** A lo que respecta al diseño de los carteles el fondo será de color negro para que resalte en cualquier pared que sea colocado. Por otra parte, también se eligió este color para llamar la atención de las personas. En cuanto a las imágenes que tendrá el cartel presentaremos a diversas parejas homosexuales que estarán representadas cada una de ellas con colores como: rojo, naranja, amarillo, verde, azul y morado que representan a la comunidad gay y otras parejas homosexuales que se presentaran en color rojo para comunicar que estas personas fueron agredidas o violentadas. Así mismo, ambas parejas se encontraran rayadas, quebradas, rotas, borradas con la intención de comunicar que estas parejas homosexuales son agredidas algunas de ellas con mayor o menor frecuencia. En cuanto a la tipografía utilizada en este cartel utilizamos broken, capture it, soul misión obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> y la fuente de Microsoft Office arial. El cartel llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevará el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

**Medios:** Cartel, Cabecera, Espectacular, Panel de andén

*Ejecución para:*

*Cartel*

*Espectacular*

*Panel de andén*



*Ejecución para:*

*Cabecera*

**La HOMOFOBIA** 

Es la **INTOLERANCIA**

   **a la**   

**HOMOSEXUALIDAD**

Que se manifiesta en:   

 **PREJUICIOS ESTIGMA**

 **DESPRECIO RECHAZO**

**DISCRIMINACION ODIO**

y en **CRÍMENES DE ODIO POR HOMOFOBIA.**

**RE** 

## Planteamiento de la ejecución 2 (táctica 1, estrategia 1)

**Medidas del cartel:** 60 X 40 cm

**Tema:** Homofobia este cartel tiene como objetivo informar y sensibilizar a la población sobre el sufrimiento de las personas homosexuales que sufren agresiones además de que algunos homosexuales han sido víctimas de crímenes de odio por homofobia.

**Descripción de cartel:** La intención de este cartel es informar a la población heterosexual de las agresiones que sufre este grupo vulnerable como son los homosexuales.

**Contenido del cartel:** “Hoy en día miles de homosexuales son torturados, desnudados, atados, amordazados, golpeados, pateados, azotados, apedreados, ahogados, quemados y mordidos hasta arrancarles trozo carne a esto se le conoce como “crímenes de odio por homofobia”.

El cartel llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevará el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

**Diseño del cartel:** Este cartel tendrá un fondo negro y con marca de agua llevará de fondo crímenes de odio por homofobia en color gris. Así mismo, este cartel llevará como imagen una arma blanca en este caso se eligió un cuchillo que tiene la intención de comunicar que este cuchillo fue usado para amenazar, lesionar o matar alguna persona homosexual. A lo referente a la tipográfica hemos elegido tres colores como son el rojo, blanco y amarillo para llamar la atención de las personas. En cuanto a la tipografía utilizada en este cartel utilizamos broken, capture it, soul misión obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> y la fuente de Microsoft Office arial.

**Medios:** Vallas, Cartel, Panel de andén

*Ejecución para:*

*Vallas*

*Cartel*

*Panel de andén*



### Planteamiento de la ejecución 3 (táctica 1, estrategia 1)

**Medidas del cartel:** 60 X 40 cm

**Tema:** Cómo se manifiesta la homofobia en las personas homofóbicas.

**Descripción del cartel:** Este cartel tendrá la silueta de una persona, en este caso que sea de una persona homofóbica que transmita agresividad. Así mismo, este cartel irá acompañado con palabras que expresen las conductas homofóbicas con la intención de que los receptores se auto identifique como probables homofóbicos ya que por lo general las personas inconscientes o conscientes manifestaran conductas homofóbicas desconociendo que esto es homofobia.

**Contenido del cartel:** “Soy homofóbico porque... odio, agredo, insulto, excluyo, me burlo, discrimino, rechazo, asesino...a un homosexual”

El cartel llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevará el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

**Descripción de diseño:** Este cartel tendrá un fondo en color negro y llevara una silueta de una persona que es homofóbica en color rojo dicha persona esta una posición retadora como si fuera a agredir a una persona homosexual. En cuanto al color de la tipografía hemos decido utilizar el color rojo para atraer las miradas de los receptores y el color amarillo con la intención de comunicar alerta y el color blanco que resaltará a la palabra homosexual. A lo que respecta a las fuentes a utilizar serán 321impact, captura, insomnia, destroy, soul misión, broken, destrucción obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> y la fuente Microsoft Office de arial.

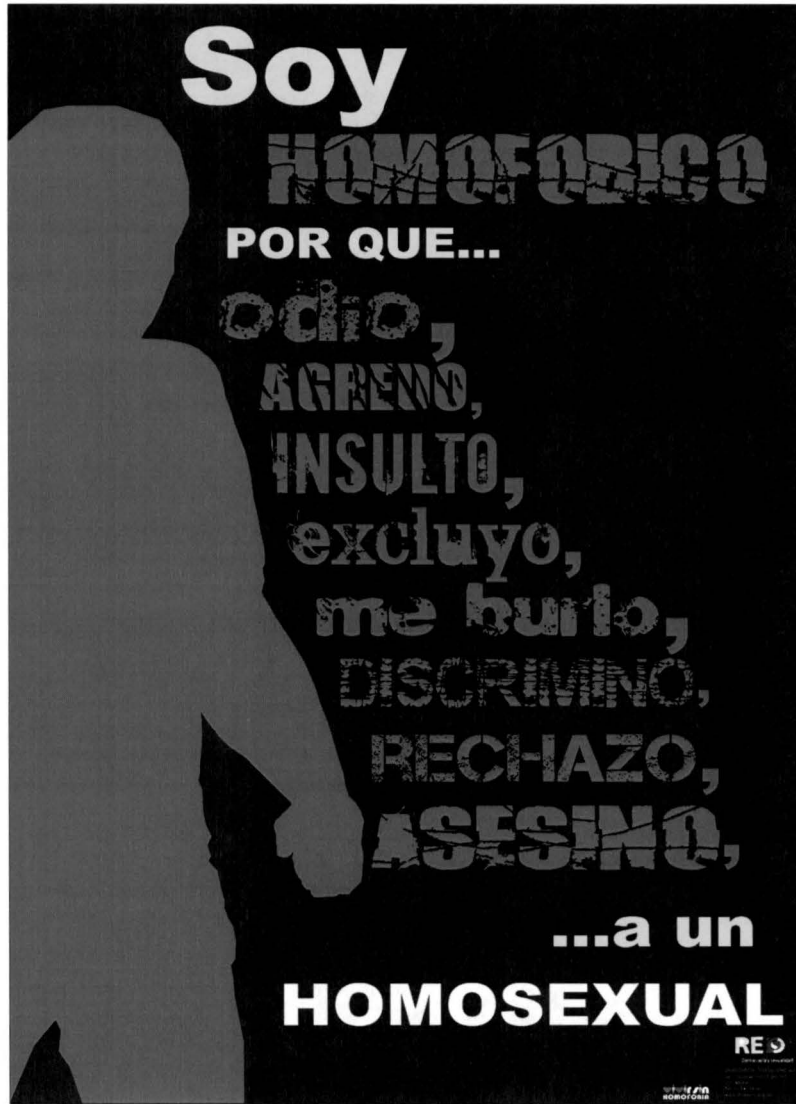
Por último este cartel tendrá otra dos versiones A y B donde únicamente lo que cambiará será la silueta de la persona homofóbica ya que estará en color blanco para hacer más notorio la dicha silueta.

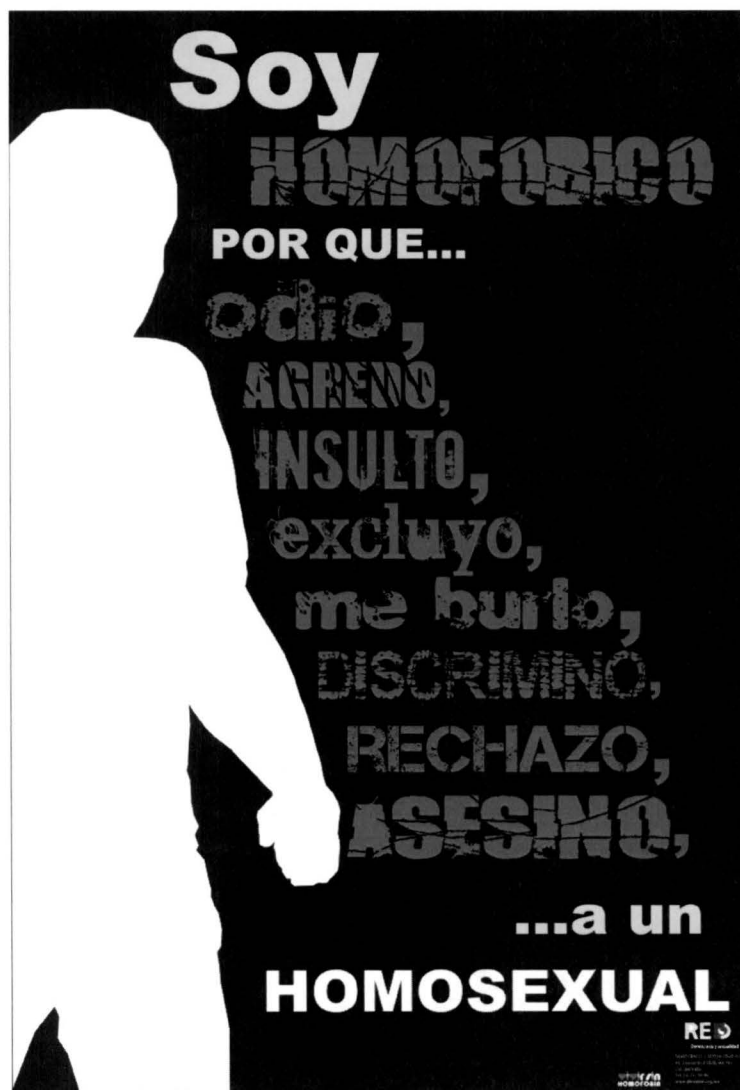
Así mismo, todos los elementos de tipografía y fuentes serán las mismas.

**Medios:** Valla, Cartel y Panel de andén

*Ejecución para:*

*Cartel*





*Ejecución para:*

*Vallas*

*Panel de andén*

**Soy**  
**HOMOFOBICO**  
**POR QUE...**

**OdiO, AGRENO,**  
**INSULTO, excluyo, me burlo,**  
**DISCRIMINO, RECHAZO,**  
**ASESINO ...a un**  
**HOMOSEXUAL**

**viva la HOMOFOBIA**

**REO**  
Democracia y sexualidad  
DEMOCRACIA Y SEXUALIDAD A.C.  
AV. COLOMBIA # 211A, 94102  
CAL, CALIFORNIA  
TEL: 351-24-0498  
www.demsex.org.mx

**Soy**  
**HOMOFOBICO**  
**POR QUE...**  
**odio, AGRENO,**  
**INSULTO, excluyo, me burlo,**  
**DISCRIMINO, RECHAZO,**  
**ASESINO ...a un**  
**HOMOSEXUAL**

**RE**  
Democracia y diversidad  
OFICINA DE ATENCIÓN AL CIUDADANO  
Av. Copacabana 8147B - 00173  
Caj. del Votante  
Tel: 05-78-56 00  
www.democr.org.mx

**HOMOFOBIA**

## Planteamiento de la ejecución 4 (táctica 2, estrategia 1)

**Medidas del cartel:** 60 X 40 cm

**Tema:** Como se manifiesta la homofobia en las personas homofóbicas.

**Descripción del cartel:** Con este cartel pretendemos cuestionar y reflexionar a las personas homofóbicas.

**Contenido del cartel:** ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?

Vestida, Loca, Anormal, Desviado, Puñal, Maricón. Cada vez que ofendes a un homosexual fomentas la homofobia. ¿Y tú las volverías a pronunciar?"

El cartel llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevara el logo de la campaña "Vivir sin homofobia".

**Descripción de diseño:** A igual que los otros carteles el fondo será negro y llevará una imagen de una persona gritando palabras despectivas como: desviado, loca, vestida, maricón, puñal y anormal refiriéndose a un homosexual. La intención de este cartel es informar a las personas que la manera más sutil de agredir a un homosexual comienza por las palabras despectivas y que las personas desconocen que esta actitud es totalmente homofóbica.

Las palabras despectivas están de colores porque representan los colores de la bandera de la comunidad lésbico-gay. En cuanto a las siguientes palabras: ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras? Están en rojo para llamar la atención de los receptores. A lo que refiere a la palabras que se encuentran en blanco ( ...a un homosexual. ¿y tú? ) se colocarán de esa manera para resaltar y en el caso de las palabras en color amarillo (homofobia) se utilizó el color amarillo con la intención de comunicar a las personas tener precaución con lo que se expresa. En cuanto al color de la tipografía se utilizaremos el color rojo, azul, morado, verde, amarillo, naranja y blanco. Las fuentes que utilizaremos para este serán capture it, soul misión, broken y insomnia, obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> y la fuente de Microsoft Office arial. Por otra parte este cartel contará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevará el logo de la campaña "Vivir sin homofobia".

**Medios:** Cartel, Valla.

*Ejecución para:*

*Cartel*



**¿Cuántas veces  
has dicho  
o escuchado  
estas palabras?**

**DESVIADO  
LOCA VESTIDA  
MARICÓN PUÑAL**

**CADA VEZ  
QUE OFENDES  
a un **HOMOSEXUAL**  
FOMENTAS **LA HOMOFOBIA****

**¿y tú?  
¿LAS VOLVERIAS A PRONUNCIAR?**

**RED**  
Democracia y sexualidad

DEMOCRACIA Y SEXUALIDAD A.C.  
Av. Copacabana #1878, Int. 707  
Calle 100 Sur  
Tel: 51 24 94 96  
www.demosa.org.mx

**vivir sin  
HOMOFOBIA**

*Ejecución para:*

*Vallas*

**¿Cuántas veces  
has dicho  
o escuchado  
estas palabras?**

**DESVIADO**  
**LOCA VESTIDA** **ANORMAL**  
**PUÑAL** **MARICON**  
**CADA VEZ**  
**QUE OFENDES a un HOMOSEXUAL**  
**FOMENTAS LA HOMOFORIA**  
**¿y tú?**  
**LAS VOLVERÍAS A PRONUNCIAR?**

**RE**  
RECONOCIMIENTO  
DE LOS DERECHOS  
DE LA COMUNIDAD  
GAY, LESBIANA,  
BISEXUAL Y TRANS

**RECONOCIMIENTO  
DE LOS DERECHOS  
DE LA COMUNIDAD  
GAY, LESBIANA,  
BISEXUAL Y TRANS**

### Planteamiento de la ejecución 5 (táctica 1, estrategia 1)

**Medidas del cartel:** 60 X 40 cm

**Tema:** Informaremos a través de este cartel los datos más relevantes acerca del tema homofobia.

**Descripción del cartel:** Este cartel contendrá datos estadísticos en torno al tema de homofobia. La intención de este cartel es informar a las personas de los datos más relevantes acerca de la homofobia.

**Contenido del cartel:** “Entre el 5% y 6% de la población mexicana es homosexual, 74% de los jóvenes no apoyaría los derechos de los homosexuales, 66% no compartiría su casa con una persona homosexual, 64% de las personas homosexuales fingen ser heterosexuales para ser aceptados en la sociedad mexicana”.

Este cartel también contará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevara el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

**Descripción de diseño:** A lo que respecta al diseño el cartel tendrá un fondo color negro y llevará como imagen el mapa de la Republica mexicana en color rojo para llamar la atención de las personas. Así mismo, tendrá a una pareja homosexual representadas por los colores de la bandera de la comunidad gay. A lo que respecta al mapa de la Republica mexicana se coloco porque en cada pueblo, ciudad, o estado se encuentra alguna persona homosexual que vive discriminación, rechazo y exclusión. En cuanto a la información del cartel se encuentran datos estadísticos que tienen que ver al tema de homofobia.

Por otra parte utilizaremos los colores como el blanco, rojo y amarillo para la tipografía. Las fuentes a utilizar en este cartel serán capture it, soul misión, destroy, obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> y la fuente de Microsoft Office arial.

**Medios:**


- Cartel
- Valla
- Panel de andén

*Ejecución para:*

*Cartel*

# HOMOFOBIA EN MEXICO

Entre el **5%** y **6%** de la población mexicana  
es **HOMOSEXUAL**



**75%**  
De los jóvenes  
**NO** apoyan  
los **derechos**  
de los **HOMOSEXUALES**

**66%**  
**NO** Compartir a su casa  
con una **HOMOSEXUAL**

**64%**  
De las personas **HOMOSEXUALES**  
**FINGEN** ser **HETEROSEXUALES** para ser aceptados  
en la **SOCIEDAD MEXICANA**

**RED**  
Democracia y Justicia  
SERVICIOS Y TRANSACCIONES S.C.  
Av. Chapultepec #127A, Int. 252  
Col. del Valle  
Tel. 55 24 54 36  
www.serviciosytransacciones.com

**vivir sin  
HOMOFobia**

*Ejecución para:*

*Vallas*



## Planteamiento de la ejecución 6 (táctica 1, estrategia 1)

### Postal 1

**Medidas de la postal:** 15 X 10 cm

**Tema:** Homofobia

**Mensaje frontal:** “La homofobia es la intolerancia a la homosexualidad que se manifiesta en prejuicios, estigma, desprecio, rechazo, odio, discriminación y en crímenes de odio por homofobia”.

**Mensaje al reverso:** “La homofobia es el miedo - rechazo consciente o inconsciente hacia conductas o acciones consideradas homosexuales”. Esta postal llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevará el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

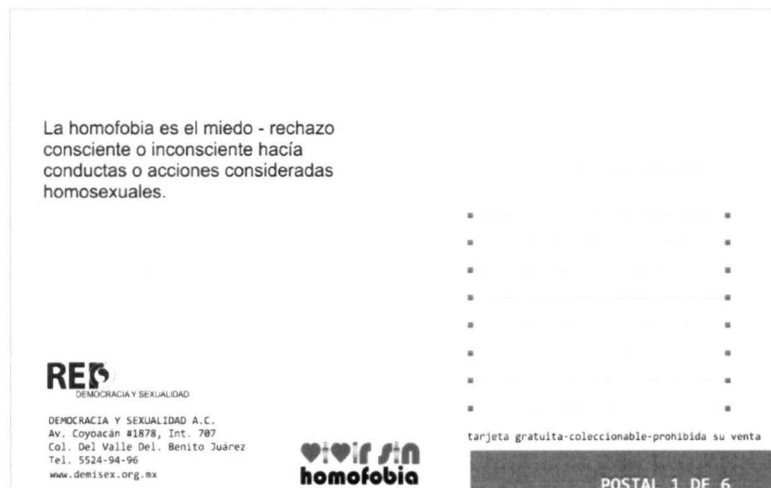
**Diseño de la postal:** Al igual que el diseño del cartel será igual que la postal contará con los mismos elementos que anteriormente habíamos mencionado.

P o s t a l 1

Vista de frente



Vista de reverso



## Postal 2

**Medidas de la postal:** 15 X 10 cm

**Tema:** Homofobia

**Mensaje frontal:** “Hoy en día, 70 países castigan la homosexualidad con cárcel, cadena perpetua, lapidación y muerte. Afganistán, Angola, Antigua y Barbuda, Arabia Saudita, Argelia, Bahréin, Bangladesh, Barbados, Belice, Berlín, Birmania, Botswana, Brunei, Bután, Camerún, República Turca del Norte de Chipre, República Democrática del Congo, Islas Cook (Estado libre asociado de Nueva Zelanda), Costa Rica, República Dominicana, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Eritrea, Etiopía, Gambia, Guinea, Guayana, India, Indonesia, Irán, Iraq, Jamaica, Kenia, Kiribatí, Kuwait, Lesoto, Líbano, Liberia, Malasia, Malawi, Maldivas, Marruecos, Mauricio, Mauritania, Mozambique, Namibia, Nauru, Nepal, Nicaragua, Nigeria, Nive, Omán, Pakistán, Palau, Panamá, Papúa, Nueva Guinea, Qatar, Samoa, Occidental, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, Santo Tomé y Príncipe, San Vicente y las Granadinas, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Singapur, Siria, Somalia, Sudán, Tanzania, Togo, Trinidad y Tobago, Túnez, Yemen, Zimbabue”.

**Mensaje al reverso:** “Se calcula que cada dos días una persona homosexual es asesinada en el mundo debido a actos violentos vinculados a la homofobia”.

Esta postal llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevara el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

**Diseño de la postal:** El diseño de la postal continua siendo negro para mantener el concepto tanto de carteles como de postales. Esta postal llevará un mapamundi en color rojo simbolizando alerta. Así mismo, tiene la intención de comunicar que hasta el día de hoy algunos países, continúan castigando la homosexualidad. Por otra, se colocaran los nombres de todos los países que rechazan la homosexualidad para que los receptores conozcan o identifiquen a estos países. Estos países tendrán una tipografía de la fuente Adobe Garamond pro en color blanco para su legibilidad. En cuanto a la tipografía se elogió la fuente de arial en color blanco para resaltar y llamar la atención del tema. A lo que respeta a los 70 países se utilizó nuevamente la fuente de Microsoft Office arial en color amarillo para hacer más llamativa la postal. Por otra parte se utilizaran diversas tipografía como broken, capture it, soul misión obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> para resaltar los castigos que son objetos los homosexuales en algunos países en el mundo.

P o s t a l 2

Vista de frente

Vista de reverso

Se calcula que cada dos días una persona es asesinada en el mundo debido a actos violentos vinculados a la homofobia.

RESEX  
DEMOCRACIA Y SEXUALIDAD

DEMOCRACIA Y SEXUALIDAD A.C.  
Av. Coyoacán #1878, Int. 707  
Col. Del Valle Del. Benito Juárez  
Tel. 5524-94-96  
www.demisex.org.mx

homofobia

tarjeta gratuita-coleccionable-prohibida su venta

POSTAL 2 DE 6

## POSTAL 3

**Medidas de la postal:** 15 X 10 cm

**Tema:** Homofobia

**Mensaje frontal:** “Actualmente México ocupa el 2º lugar en América Latina en asesinatos por crímenes de odio por homofobia”.

**Mensaje al reverso:** “Las víctimas de estos crímenes murieron acuchilladas, degolladas o estranguladas padeciendo diversos tormentos antes de morir”.

Esta postal llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevará el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

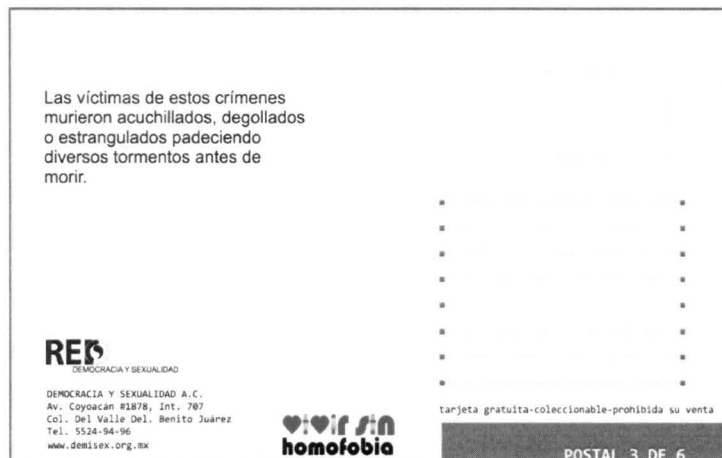
**Diseño postal:** Nuevamente en esta postal conservamos el fondo negro como significado de luto por las personas que murieron a causa de los crímenes de odio por homofobia. Para representar a nuestro país como el segundo país en crímenes de odio por homofobia en América Latina colocaremos un mapa para resaltar que México es el segundo país con mayor número de crímenes. Así mismo, se colocara una pareja homosexual en colores como rojo, naranja, amarillo, verde, azul y morado que son los colores que identifican a la comunidad lésbico-gay para referirnos que hablamos también de homosexuales. En cuanto a los colores de la tipografía utilizaremos el color amarillo como mensaje de alerta de igual manera, utilizaremos el color rojo para dar más énfasis al tema ya que el color rojo que tiene como significado agresividad y peligro en este caso serian los crímenes de odio por homofobia. En cuanto a la palabra México utilizaremos, los colores de la bandera para que los receptores inmediatamente identifiquen que esta postal tiene información acerca de nuestro país. A lo que respecta a la tipografía utilizamos la fuente de broken, para comunicar que México está lastimado por los asesinatos. Por último en general utilizamos las fuentes capture it, soul misión y insomnia, obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> y la fuente de Microsoft Office arial y como fondo llevará en marca de agua en color gris crímenes de odio por homofobia.

P o s t a l 3

Vista de frente



Vista de reverso



## POSTAL 4

**Medidas de la postal:** 15 X 10 cm

**Tema:** Homofobia

**Mensaje frontal:** “Hoy en día miles de homosexuales son torturados, desnudados, atados, amordazados, golpeados, pateados, azotados, apedreados, ahogados, quemados y mordidos hasta arrancarles trozo carne a esto se le conoce como “crímenes de odio por homofobia”.

**Mensaje al reverso:** “Evitemos juntos la homofobia ya que puede afectar a nuestros hermanos, primos, tíos, sobrinos, amigos, conocidos cualquiera de ellos pueden ser víctimas de actos homofóbicos”.

Esta postal llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevará el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

**Diseño postal:** Esta postal tendrá un fondo negro que representara el luto y tendrá parejas homosexuales (en colores) tomadas de la mano y otras parejas estarán en color rojo. Ambas parejas estarán lastimadas, rotas, golpeadas, agredidas para transmitir que las personas homosexuales son violentadas en menor o mayor grado de violencia. En cuanto al color de la tipografía utilizaremos el color amarillo, blanco, gris y rojo. Por otra parte la palabra “Hoy” estará en color amarillo y tendrá la fuente de broken que tiene la intención de representar que se encuentra lastimado y las otras palabras en amarillo comunican alerta. En cuanto a las palabras en color rojo, tienen la intención de comunicar la agresividad y el peligro que están expuestos los homosexuales. Y como parte también de fondo encontramos alrededor de la postal se marcas de agua en color gris diciendo crímenes de odio por homofobia.

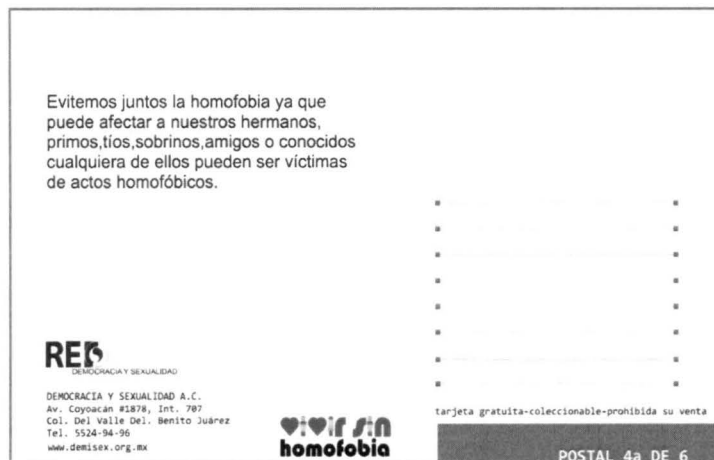
A lo que respeta a las fuentes que utilizamos serán capture it, soul misión y insomnia, obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> y la fuente de Microsoft Office arial.

P o s t a l 4

Vista de frente



Vista de reverso



**POSTAL 4**  
**(versión A)**

**Medidas de la postal:** 15 X 10 cm

**Tema:** Homofobia

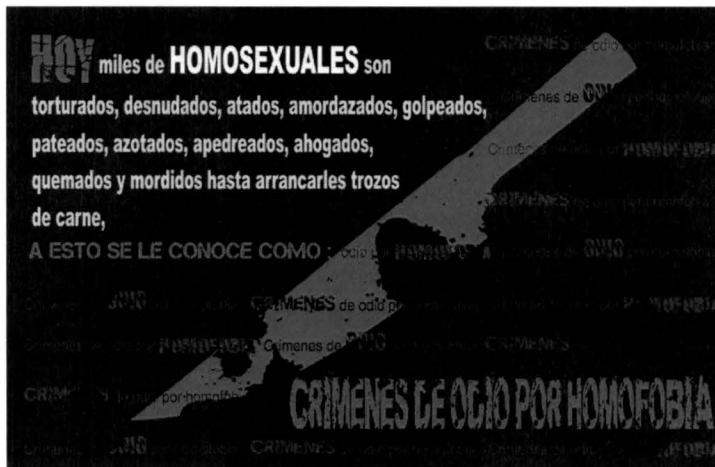
**Mensaje frontal:** “Hoy en día miles de homosexuales son torturados, desnudados, atados, amordazados, golpeados, pateados, azotados, apedreados, ahogados, quemados y mordidos hasta arrancarles trozo carne a esto se le conoce como “crímenes de odio por homofobia”.

**Mensaje al reverso:** “Evitemos juntos la homofobia ya que puede afectar a nuestros hermanos, primos, tíos, sobrinos, amigos, conocidos cualquiera de ellos pueden ser víctimas de actos homofóbicos”. Esta postal llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevará el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

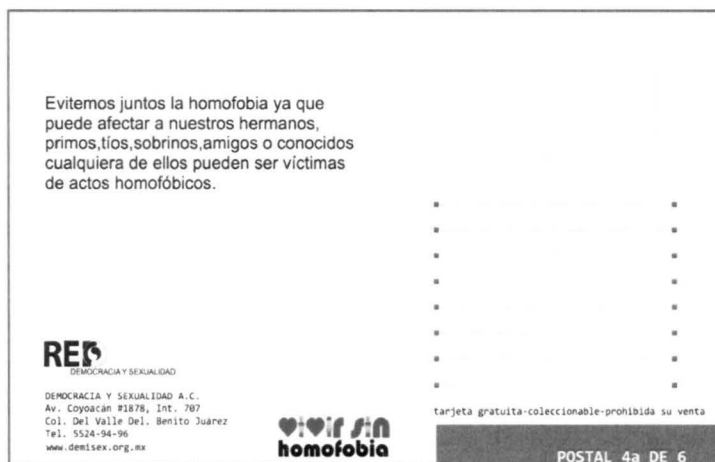
**Diseño postal:** Esta postal tendrá un fondo negro con una marca de agua en color gris diciendo crímenes de odio por homofobia. De igual manera, tendrá como imagen un cuchillo con la intención de expresar que esta arma blanca como se conoce pudo haber lastimado o matado alguna persona en este caso a un homosexual. A lo que respecta al color de la tipografía será en color rojo, blanco y amarillo. Las fuentes que utilizaremos serán cinco siendo estas lo capture it, 321 broken, soul misión y insomnia, obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> y la fuente de Microsoft Office arial.

**P o s t a l 4**  
**(versión A)**

Vista de frente



Vista de reverso



## POSTAL 5

**Medidas de la postal:** 15 X 10 cm

**Tema:** Homofobia

**Mensaje frontal:** “1000 personas fueron asesinadas por crímenes de odio por homofobia durante el 2002 y 2007”.

**Mensaje al reverso:** “Hombres vestidos de mujer”, “afeminados”, “líos”, “hombres de costumbres raras”, “marimachas” es así como son calificadas las víctimas. La mayoría de estos asesinatos son olvidados por las autoridades y hasta de los propios familiares.

Actualmente sólo el 2% de los casos de crímenes contra homosexuales son investigados”.

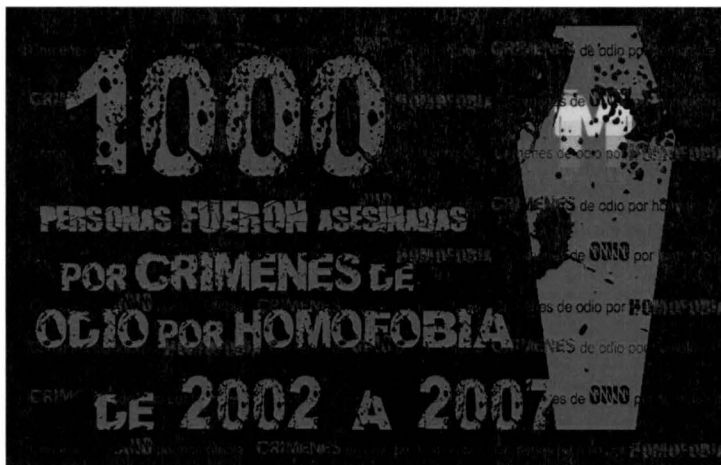
Esta postal llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet.

También llevará el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

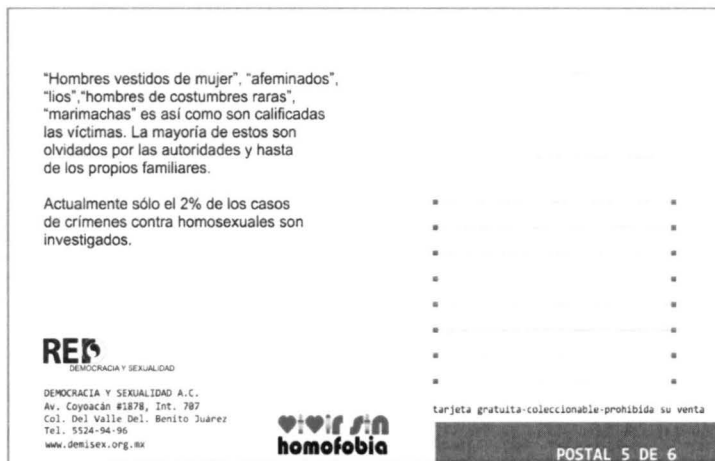
**Diseño postal:** Esta postal tendrá un fondo negro que representa el luto. Al igual que las demás postales tendrá una marca de agua en color gris diciendo crímenes de odio por homofobia alrededor de la postal. Como imagen esta postal tendrá un ataúd que representa la muerte de las personas homosexuales y a su vez tendrá una pareja homosexual para expresar que los homosexuales no son totalmente aceptados por la sociedad. En cuanto al color de la tipografía se utilizó el color rojo, negro y gris. A lo que respecta a las fuentes se utilizaron capture it, 321 broken, soul misión y insomnia, obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> .

P o s t a l 5

Vista de frente



Vista de reverso



## POSTAL 6

**Medidas de la postal:** 15 X 10 cm

**Tema:** Homofobia

**Mensaje frontal:** “Homofobia en México. El Distrito Federal 148, Estado de México 78, Colima 12, Michoacán 26, Chiapas 5, Nuevo León 19, Tamaulipas 4, Hidalgo 6, Veracruz 39, Yucatán 33 y Tabasco 11”.

**Mensaje al reverso:** “Hoy en día los estados con mayor asesinatos de crímenes de odio por homofobia son Distrito Federal, Estado de México, Veracruz, Yucatán, Michoacán, Nuevo León, Colima, Tabasco, Hidalgo, Chiapas y Tamaulipas. Por otra parte en la delegación Cuauhtémoc, en el Distrito Federal se han cometido 38 asesinatos obteniendo el 1° lugar a nivel delegacional de crímenes de odio por homofobia. A lo que se refiere al Estado de México el municipio de Ecatepec representa el mayor número de asesinatos. Trato en Distrito Federal como el Estado de México son los lugares con mayor incidencia de estos crímenes en el país”. Esta postal llevará el logo de la institución así como, dirección, teléfono y página de internet. También llevará el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

**Diseño postal:** En esta última postal, tendrá como fondo el color negro al igual que las otras postales. Como imágenes tendrá el mapa de la republica Mexicana que estará en color amarillo para comunicar que en estos estados, no se han cometido crímenes de odio por homofobia. A lo que respecta a los estados en color rojo representaran a los estados con mayor número de crímenes de odio por homofobia. En cada uno de los estados (Distrito Federal, Estado de México, Veracruz, Yucatán, Michoacán, Nuevo León, Colima, Tabasco, Hidalgo, Chiapas y Tamaulipas.) tendrá el número de ejecuciones. Por otra parte se colocarán a dos personas la primera de ellas representara a una persona homosexual que estará representada a través de los colores que identifican a la comunidad lésbico-gay y la segunda representara una persona homofóbica en color rojo que tendrá una pistola amenazando, matando a un homosexual. Para atraer la atención de las personas pondremos la palabra de México con los colores de la bandera. Para esta postal hemos decidido utilizar cuatro colores para la tipografía siendo estos rojo, blanco, verde y gris. Conservando el mismo concepto que las otras postales pondremos como marca de agua las palabras crímenes de odio por homofobia. A lo que respecta a las fuentes se utilizaran capture it, soul misión y insomnia, obtenidas gratuitamente por la página de internet <http://www.dafont.com> y la fuente de Microsoft Office arial.

P o s t a l 6

Vista de frente



Vista de reverso

Hoy en día los estados con mayor asesinatos por crímenes de odio por homofobia son: Distrito Federal, Estado de México, Veracruz, Yucatán, Michoacán, Nuevo León, Colima, Tabasco, Hidalgo, Chiapas y Tamaulipas.

Por otra parte en la delegación Cuauhtémoc, en el Distrito Federal se han cometido 38 asesinatos obteniendo el 1º lugar a nivel delegacional de Crímenes de Odio por Homofobia.

A lo que se refiere al Estado de Mexico el municipio de Ecatepec representa el mayor número de asesinatos. Tanto el Distrito Federal como el Estado de México son los lugares con mayor incidencia de estos crímenes en el país.

**REP**  
DEMOCRACIA Y SEXUALIDAD

DEMOCRACIA Y SEXUALIDAD A.C.  
Av. Coyoacán #1878, Int. 707  
Col. Del Valle Del. Benito Juárez  
Tel. 5524-94-96  
www.demisex.org.mx

tarjeta gratuita-coleccionable-prohibida su venta

**POSTAL 6 DE 6**

## Planteamiento de la ejecución 7 (táctica 2, Estrategia 1)

### Medios: Tríptico

**Tema:** homofobia

**Descripción del tríptico y diseño:** En cuanto a la distribución de la información del tríptico será de la siguiente manera: En la primera cara tendremos el título del tríptico, el test checa tu homofobia y los resultados del test por último llevará las recomendaciones para contrarrestar la homofobia. Así mismo, llevará el logo, dirección, teléfono y pagina web de la institución Demisex y el logo de la campaña “Vivir sin homofobia”.

En cuanto al diseño del tríptico hemos elegido el color negro como fondo para continuar con la misma sincronía para toda la campaña.

Por otra parte, en la portada del tríptico llevará la silueta de una persona agresiva en color rojo y blanco para la versión B. El título de la portada será homofobia en color rojo y como fuente broken obtenida gratuitamente por la página web. <http://www.dafont.com>

A lo que respecta a la demás tipografía hemos decidido utilizar la fuente de arial de Microsoft Office de la pagina web <http://www.dafont.com>. capture it, soul misión y insomnia en dicha tipografía utilizaremos letras mayúsculas y minúsculas en color amarillo, blanco, negro y rojo en primera cara del tríptico.

Para la segunda cara del tríptico contendrá la siguiente información: “¿Qué es la homofobia?, ¿Cómo se manifiesta la homofobia?, ¿Qué siente una persona homofóbica?, La homofobia en nuestro país y ¿Sabias qué?”

Como ya lo habíamos mencionado el fondo vuelve hacer negro ocupando las fuentes de arial, capture it, soul misión y insomnia en color amarillo, blanco, negro y rojo en la segunda cara del tríptico. Así mismo, en el interior del tríptico llevará como imágenes el mapa de la república mexicana y el mapa de América latina. El mapa de la república mexicana, estará en color amarillo y en color rojo los estados con mayor número de asesinatos de odio por

homofobia y el mapa de América Latina representará que México es el segundo lugar en crímenes de odio por homofobia.

Para representar los crímenes hemos decidido colocar a dos personas una de ella simboliza a una persona homosexual porque tiene los colores representativos de la comunidad lésbico-gay y la segunda persona representara a un homofóbico porque estará en color rojo y apuntará con una pistola a una persona homosexual. De igual manera, hemos elegido como viñetas colocar a una pareja homosexual para connotar que se está hablando del tema de homosexualidad.

Por otra parte como tercera imagen tendremos como marca de agua la silueta del mapamundi en color rojo lo utilizaremos para resaltar que hay algunos países que son homofóbicos. Para indicar cuáles son los países más homofóbicos utilizaremos la letra arial en color amarillo connotando precaución.

Para este folleto abra dos versión A y B lo único distinto entre folletos será el color de la imagen siendo esta la silueta de una persona que se encontrará en la portada del tríptico para la versión A será en color rojo y para versión B en el color blanco. Por último, los pantones específicos que utilizaremos para la impresión de los trípticos serán el pantone yellow 012C y pantone red186-C.

## Datos para la elaboración del folleto

Contenido del folleto
<p><b>1.- ¿Qué es la homofobia?</b></p>
<p>La homofobia es el prejuicio, estigma, desprecio, rechazo, miedo, odio, discriminación e intolerancia a la homosexualidad.; que se manifiesta en insultos, discriminación, agresiones verbales, psicológicas y físicas e incluso asesinatos.</p>
<p><b>2.- ¿Cómo se manifiesta la homofobia?</b></p>
<p>La homofobia se manifiesta a través de nuestro comportamiento y actitudes. Las formas más comunes en nuestra vida cotidiana son el rechazo, humillaciones, insultos, burlas, intolerancia, odio y en casos más extremos el asesinato hacia personas homosexuales.</p>
<p><b>3.- ¿Qué siente una persona homofóbica?</b></p>
<p>Una persona homofóbica siente temor, enojo odio y/o repulsión, angustia o impotencia cuando observa actitudes que son consideradas femeninas en los hombres o actitudes consideradas masculinas en las mujeres. Estos sentimientos suelen no ser conscientes en quien los padece y pueden manifestarse a través de la burla, la agresión, verbal, psicológicas y física o el asesinato.</p> <p>Datos proporcionados por la institución Demisex.</p>
<p><b>4.- ¿La homofobia en nuestro país?</b></p>
<p>En nuestro país cada mes son asesinados en promedio tres personas homosexuales. Antes de morir las víctimas fueron torturados, amordazados, golpeados, pateados, azotados contra el pavimento, apedreados, ahogados, estrangulados, quemados con colillas de cigarros, cerillos o encendedores; en ocasiones son mordidos hasta arrancarles trozos de carne. Y en el caso de los homosexuales prostitutos son violados tumultuariamente antes de ser ejecutados. En todos los asesinatos que se cometieron se utilizaron armas blancas (punzo-cortantes) y armas de fuego.</p> <p>Actualmente, México ocupa el segundo lugar en América Latina en asesinatos por crímenes de odio por homofobia. A nivel república mexicana los estados con mayor número de crímenes de odio por homofobia son el Distrito federal, Estado de México, Veracruz, Michoacán y Yucatán.</p> <p>Durante el 2002 y 2007 se han asesinado a 1000 personas.</p>

### Contenido del folleto

#### 5.- ¿Sabías qué?

\*En el 2007 la Cámara de Diputados señaló que México es el segundo país del mundo con mayor índice de crímenes por homofobia.

\*El 17 de mayo de 1990, la Asamblea General de la Organización Mundial de la Salud (OMS) declara que la homosexualidad no es una enfermedad mental.

\*El 17 de mayo se celebra el Día Nacional de Lucha contra la homofobia.

#### Países más homofóbicos

Afganistán, Angola, Antigua y Barbuda, Arabia Saudita, Argelia, Bahrein, Bangladesh, Barbados, Belice, Berlín, Birmania, Botswana, Brunei, Bután, Camerún, República Turca del Norte de Chipre, República Democrática del Congo, Islas Cook (Estado libre asociado de Nueva Zelanda), Costa Rica, República Dominicana, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Eritrea, Etiopía, Gambia, Guinea, Guayana, India, Indonesia, Irán, Iraq, Jamaica, Kenia, Kiribatí, Kuwait, Lesoto, Líbano, Liberia, Malasia, Malawi, Maldivas, Marruecos, Mauricio, Mauritania, Mozambique, Namibia, Nauru, Nepal, Nicaragua, Nigeria, Nive, Omán, Pakistán, Palau, Panamá, Papúa, Nueva Guinea, Qatar, Samoa, Occidental, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, Santo Tomé y Príncipe, San Vicente y las Granadinas, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Singapur, Siria, Somalia, Sudán, Tanzania, Togo, Trinidad y Tobago, Túnez, Yemen, Zimbabue.

#### 6.-¿Qué podemos hacer contra la homofobia?

Aceptar, respetar el derecho y las decisiones de los homosexuales a expresar sus sentimientos y afectos.

Fomentemos un ambiente de respeto y aceptación hacia homosexuales.

Si respetamos a los homosexuales combatimos nuestra propia homofobia.

Todos tenemos la obligación de rechazar la discriminación y defender los derechos humanos.

### Test checa tu homofobia

Preguntas	Sí	No
1.-La sola idea de sentirse atraído / a físicamente de mi propio sexo, me saca de onda.		
2.-Los gays y las lesbianas no deberían convivir con todas las personas.		
3.-Me avergonzaría tener un hermano homosexual o hermana lesbiana.		
4.-Respeto a los gays, siempre y cuando no se exhiban.		
5.-Una cosa es la homosexualidad, pero vestirse de mujer o cambiarse de sexo está en contra de la naturaleza.		
6.-Agrediría físicamente a una persona del mismo sexo si intentara "ligarme".		
7.-Puedo reconocer que he tenido sueños o fantasías eróticas con personas del mismo sexo.		
8.-Acepto ver a una pareja del mismo sexo besándose.		
9.-Si un amigo o amiga me dijera que es homosexual le daría todo mi apoyo.		
10.-Las parejas homosexuales tienen derecho a adoptar y criar hijos o hijas.		
<b>Este cuestionario fue proporcionado por la institución Demisex.</b>		

Resultados
Una vez que has contestado dale un puntaje a cada pregunta de acuerdo a la siguiente escala.
Asigna un punto a cada pregunta si contestaste afirmativamente de las preguntas 1 a la 6.
Asigna cero puntos a cada pregunta si contestaste afirmativamente de las preguntas 7 a la 10.
Asigna cero puntos a cada pregunta si contestaste negativamente de las preguntas 1 a la 6.
Asigna cero puntos a cada pregunta si contestaste negativamente de las preguntas 7 a la 10.
<b>Resultados:</b>
De 0 a 2 puntos: Felicidades, puedes considerarte un ciudadano (a) respetuoso de las diferencias sexuales.
De 3 a 5 puntos: Aún tienes algunos prejuicios, recuerda que la mejor manera de combatirlos es con información.
De 6 a 10 puntos: Cuidado, tu actitud es homofóbica.

Contenido del folleto
<p><b>Datos institucionales y logo de la campaña.</b></p> <p><b>REP</b>  <small>RED NACIONAL DE SEXUALIDAD</small></p> <p>DEMOCRACIA Y SEXUALIDAD A.C.  <small>AV. Copacabana 8837N, 2do. Nivel            CDMX, Del. Santa Fe, México, D.F.            Tel. 5528-04-90            www.democracia.org.mx</small></p> <p><b>❤️❤️ir sin            homofobia</b></p>

*Ejecución para:*  
*Tríptico (versión A)*

Tríptico  
(versión A)

Vista de frente

## TEST

### Checa tu **HOMOFOBIA**

PREGUNTAS	SI	NO
1 - La sola idea de sentirme atraído/a físicamente por alguien de mi propio sexo me saca de onda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2 - Los homosexuales y las lesbianas no deberían convivir con todas las personas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3 - Me avergüenza tener un hermano homosexual o hermana lesbiana.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4 - Respeto a los homosexuales, siempre y cuando no se exhiban.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5 - Una cosa es la homosexualidad, pero vestirse de mujer o cambiarse de sexo está en contra de la naturaleza.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6 - Agrediría físicamente a una persona del mismo sexo si esta intentara ligarme.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7 - Puedo reconocer que he tenido sueños o fantasías eróticas con personas del mismo sexo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8 - Acepto ver a una pareja del mismo sexo besándose.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9 - Si un amigo o amiga me dijera que es homosexual le daría todo mi apoyo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10 - Las parejas homosexuales tienen derecho a adoptar y criar hijos o hijas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Una vez que has contestado, dale un puntaje a cada pregunta de acuerdo a la siguiente escala:

**Asigna un punto** a cada pregunta si contestaste afirmativamente de las preguntas 1 a la 6.

**Asigna cero puntos** a cada pregunta si contestaste afirmativamente de las preguntas 7 a la 10.

**Asigna cero puntos** a cada pregunta si contestaste negativamente de las preguntas 1 a la 6.

**Asigna cero puntos** a cada pregunta si contestaste negativamente de las preguntas 7 a la 10.

## RESULTADOS

De 0 a 2 puntos: **FELICIDADES** puedes considerarte un ciudadano respetuoso de las diferencias sexuales.

De 3 a 5 puntos: Aún tienes algunos prejuicios, recuerda que la mejor manera de combatirlos es con información.

De 6 a 10 puntos: **CUIDADO TU ACTITUD ES HOMOFÓBICA**

### ¿Qué podemos hacer contra la HOMOFOBIA?

ACEPTAR y RESPETAR el derecho y las decisiones de los HOMOSEXUALES a EXPRESAR sus sentimientos y afectos.

Fomentemos un AMBIENTE DE RESPETO y ACEPTACIÓN hacia los HOMOSEXUALES.

Si respetamos a los HOMOSEXUALES combatimos nuestra propia HOMOFOBIA.

Todos tenemos la obligación de rechazar a discriminación y DEFENDER LOS DERECHOS HUMANOS.

**RED**  
Red Nacional de Personas Lesbianas, Gays, Bisexuales y Transgénero

**Virgin**  
HOMOFOBIA

Vista de reverso

## HOMOFOBIA

### LA HOMOFOBIA en nuestro país.

#### ¿QUÉ ES LA HOMOFOBIA?

La homofobia es el prejuicio, estigma, desprecio, rechazo, miedo, odio, discriminación e intolerancia a la homosexualidad, que se manifiesta en insultos, discriminación, agresiones verbales, psicológicas y físicas e incluso asesinatos.

#### ¿CÓMO SE MANIFIESTA LA HOMOFOBIA?

La homofobia se manifiesta a través de nuestro comportamiento y actitudes. Las formas más comunes en nuestra vida cotidiana son el rechazo, humillaciones, insultos, burlas, odio y en caso más extremos el asesinato hacia personas homosexuales.

#### ¿QUÉ SIENTE UNA PERSONA HOMOFÓBICA?

Una persona homofóbica siente enojo, odio y/o repulsión, angustia o impotencia cuando observa actitudes que son consideradas femeninas en los hombres, actitudes masculinas en las mujeres. Estos sentimientos suelen no ser conscientes en quien los padece y pueden manifestarse a través de la burla, la agresión, verbal, psicológica y física o el asesinato.

#### ¿SABIAS QUE?

En nuestro país cada mes son asesinados en promedio tres personas homosexuales. Antes de morir las víctimas fueron torturados, amordazados, golpeados, pateados, azotados contra el pavimento, apedreados, ahogados, estrangulados, quemados con colillas de cigarrillos, cerillos o encendedores, en ocasiones son mordidos hasta arrancárseles trozos de carne. Y en el caso de los homosexuales prostitutos son violados simultáneamente antes de ser ejecutados. En todos los asesinatos que se cometieron se utilizaron armas blancas y armas de fuego.

Actualmente, México ocupa el segundo lugar en América Latina en asesinatos por crímenes de odio por homofobia. A nivel republicana mexicana los estados con mayor número de crímenes de odio por homofobia son:

Distrito Federal  
Estado de México  
Veracruz  
Michoacán  
Yucatán

Durante el 2002 - 2007 se han asesinado a **1000** personas.

#### PAÍSES MÁS HOMOFÓBICOS

Afganistán, Angola, Antigua y Barbuda, Arabia Saudita, Argelia, Bahrein, Belice, Bangladesh, Barbados, Berlín, Bután, Birmania, Botsuana, Brunei, Camerún, República Turca del Norte de Chipre, República Democrática del Congo, Isla Cook, Lesoto, Lituania, Libia, Libia, República de Madagascar, Malawi, Maldivas, Marruecos, Mauritio, Mauritania, Mozambique, Namibia, Nauru, Nepal, Nicaragua, Nigeria, Niue, Omán, Palau, Pakistán, Panamá, Papúa, Nueva Guinea, Qatar, Sta. Lucía, Samoa Occidental, San Cristóbal y Nives, Santo Tomé y Príncipe, San Vicente y las Granadinas, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Singapur, Siria, Somalia, Sudán, Togo, Tanzania, Trinidad y Tobago, Túnez, Yemen y Zimbabue.

*Ejecución para:*

*Tríptico (versión B)*

Tríptico  
 (versión B)

Vista de frente

## TEST

Checa tu **HOMOFOBIA**

**PREGUNTAS**      **SI NO**

- 1 - La sola idea de sentirme atraído/a físicamente por alguien de mi propio sexo me saca de onda.
- 2 - Los homosexuales y las lesbianas no deberían convivir con todas las personas.
- 3 - Me avergonzaría tener un hermano homosexual o hermana lesbiana.
- 4 - Respeto a los homosexuales, siempre y cuando no se exhiban.
- 5 - Una cosa es la homosexualidad, pero vestirse de mujer o cambiarse de sexo está en contra de la naturaleza.
- 6 - Agrería físicamente a una persona del mismo sexo si esta intentara ligarme.
- 7 - Puedo reconocer que he tenido sueños o fantasías eróticas con personas del mismo sexo.
- 8 - Acepto ver a una pareja del mismo sexo besándose.
- 9 - Si un amigo o amiga me dijera que es homosexual le daría todo mi apoyo.
- 10 - Las parejas homosexuales tienen derecho a adoptar y criar hijos o hijas.

## HOMOFOBIA

Una vez que has contestado, dale un puntaje a cada pregunta de acuerdo a la siguiente escala:

**H** Asigna un punto a cada pregunta si contestaste afirmativamente de las preguntas 1 a la 6.

**0** Asigna cero puntos a cada pregunta si contestaste afirmativamente de las preguntas 7 a la 10.

**N** Asigna cero puntos a cada pregunta si contestaste negativamente de las preguntas 1 a la 6.

**N** Asigna cero puntos a cada pregunta si contestaste negativamente de las preguntas 7 a la 10.

### RESULTADOS

**De 0 a 2 puntos: FELICIDADES** puedes considerarte un ciudadano respetuoso de las diferencias sexuales.

**De 3 a 5 puntos: Aun** tienes algunos prejuicios, recuerda que la mejor manera de combatirlos es con información.

**De 6 a 10 puntos: CUIDADO** TU ACTITUD ES HOMOFOBICA.

**¿Qué podemos hacer contra la HOMOFOBIA?**

ACEPTAR y RESPETAR el derecho y las decisiones de los HOMOSEXUALES, a EXPRESAR sus sentimientos y afectos.

Fomentemos un AMBIENTE DE RESPETO y ACEPTACIÓN hacia los HOMOSEXUALES.

Si respetamos a los HOMOSEXUALES combatimos nuestra propia HOMOFOBIA.

Todos tenemos la obligación de rechazar la discriminación y DEFENDER LOS DERECHOS HUMANOS.

**RED**

**vivir sin HOMOFOBIA**



Vista de reverso

## HOMOFOBIA

### LA HOMOFOBIA en nuestro país.

**¿QUÉ ES LA HOMOFOBIA?**

La homofobia es el prejuicio, estigma, desprecio, rechazo, miedo, odio, discriminación e intolerancia a la homosexualidad, que se manifiesta en insultos, discriminación, agresiones verbales, psicológicas y físicas e incluso asesinatos.

**¿CÓMO SE MANIFIESTA LA HOMOFOBIA?**

La homofobia se manifiesta a través de nuestro comportamiento y actitudes. Las formas más comunes en nuestra vida cotidiana son el rechazo, humillaciones, insultos, burlas, odio y en caso más extremos el asesinato hacia personas homosexuales.

**¿QUÉ SIENTE UNA PERSONA HOMOFOBICA?**

Una persona homofóbica siente enojo, odio y/o repulsión, angustia o impotencia cuando observa actitudes que son consideradas femeninas en los hombres, actitudes masculinas en las mujeres. Estos sentimientos suelen no ser conscientes en quien los padece y pueden manifestarse a través de la burla, la agresión, verbal, psicológica y física o el asesinato.

En nuestro país cada mes son asesinados en promedio tres personas homosexuales. Antes de morir las víctimas fueron torturadas, amordazadas, golpeadas, pateadas, azotadas contra el pavimento, apedreadas, ahogadas, estranguladas, quemadas con coque de aserrín, cerillos o encendedores, en ocasiones son mordidos hasta arrancarse trozos de carne. Y en el caso de los homosexuales prostitutos son violados humillantemente antes de ser ejecutados. En todos los asesinatos que se cometieron se utilizaron armas blancas y armas de fuego.

Actualmente, México ocupa el segundo lugar en América Latina en asesinatos por crímenes de odio por homofobia. A nivel república mexicana los estados con mayor número de crímenes de odio por homofobia son:

Distrito Federal  
 Estado de México  
 Veracruz  
 Michoacán  
 Yucatán.

Durante el 2002 - 2007 se han asesinado a 1000 personas.

**¿SABIAS QUE?**

**H** En el 2007 la Cámara de diputados señaló que México es el segundo país en el mundo con mayor índice de crímenes por homofobia.

**H** El 17 de mayo de 1990, La Asamblea General de la Organización Mundial de la Salud (OMS) declaró que la homosexualidad no es una enfermedad mental.

**H** El 17 de mayo se celebra el Día Nacional de Lucha contra la homofobia.

**PAISES MAS HOMOFOBICOS**

Afganistán, Angola, Antigua y Barbuda, Arabia Saudita, Argelia, Bahren, Belice, Bangladesh, Barbados, Berlín, Bután, Birmania, Botsuana, Brunei, Camerún, República Turca del Norte de Chipre, República Democrática del Congo, Islas Cook, Etiopía, El Salvador, República de Kirguistán, República de Corea del Sur, República de Maldivas, República de Mauritania, República de Mauritius, República Dominicana, Egipto, Emiratos Arabes Unidos, Eritrea, Etiopía, Gambia, Guinea, India, Guyana, Indonesia, Irak, Iraq, Jamaica, Kenia, Kirguita, Kuwait, Lesoto, Libano, Liberia, Malasia, Malawi, Namibia, Marruecos, Mauricio, Mauritania, Mozambique, Namibia, Nauru, Nepal, Nicaragua, Nigeria, Nive, Oman, Palau, Pakistán, Panamá, Papúa, Nueva Guinea, Qatar, Sta. Lucía, Samoa Occidental, San Cristóbal y Nives, Santo Tomé y Príncipe, San Vicente y las Granadinas, Senegal, Seychelles, Sierra Leona, Singapur, Siria, Somalia, Sudán, Togo, Tanzania, Trinidad y Tobago, Tunes, Yemen y Zimbabue.

## **Planteamiento de la ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)**

**Tema:** Homofobia

**Contenido del mensaje:** “Vivir sin homofobia” eslogan y logo de la campaña.

**Descripción de diseño:** El autobús estará rotulado con vinilos recortados y pegados decorando el autobús. Este autobús en su recorrido ira mostrando la eslogan y el logo de la campaña.

**Medios:** Publicidad en transporte público

*Ejecución para:*

*Publicidad en transporte público*

**Eslogan y logo de la campaña.**



## Planteamiento de la ejecución 9 (táctica 1. Estrategia 1)

**Tema:** Homofobia

**Contenido del mensaje:** “Vivir sin homofobia” eslogan y logo de la campaña.

**Descripción de diseño:** La playera será de color negro para continuar con el mismo concepto, con el cual se planteo la imagen y diseño de la campaña. Esta playera llevara el eslogan y logo de la campaña que es “Vivir sin homofobia” que estará diseñado de la siguiente manera:

Para las letras V, hemos decidido representar esta letra con corazones por en el contexto sociocultural es decodificado como afecto, unión, amistad etc. En cuanto a la letras “i” estarán representadas por dos hombres y una mujer. Para connotar que se está hablando sobre el tema de diversidad sexual las letras “i” tendrán los colores: rojo, naranja, amarillo, azul, verde y morado que dichos colores representan a la comunidad lésbico-gay. A lo que respeta a la demás tipografía utilizaremos la fuente Bauhaus en color blanco.

El logo de la campaña será un concepto retro porque representa el pasado y el presente además que unifica a todas las generaciones.

**Promocional:** Playera

*Ejecución para promocional:*

*Playera*

Playera de la campaña





## Etapa de lanzamiento

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Julio (2010)	Valla "hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)
Julio (2010)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
Julio (2010)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)
Julio (2010)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
Julio (2010)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )
Julio (2010)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)
Julio (2010)	Espacio publicitario cabecera definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Espacio publicitario cabecera definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Espacio publicitario cabecera definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Espacio publicitario cabecera definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Agosto (2010)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)
Agosto (2010)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
Agosto (2010)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)
Agosto (2010)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
Agosto (2010)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )
Agosto (2010)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)

## Nota:

\*Los carteles se distribuirán en los alrededores de la Zona Rosa.

\*Los folletos se distribuirán en plazas comerciales, boutiques, estéticas, hoteles, bares, sex shop, restaurantes y antros.

\*La vallas se localizaran en calle de Londres entre Niza y Génova.

## Etapa de lanzamiento

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Septiembre (2010)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)
Septiembre (2010)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
Septiembre (2010)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)
Septiembre (2010)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
Septiembre (2010)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)
Septiembre (2010)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Octubre (2010)	Valla "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)
Octubre (2010)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
Octubre (2010)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)
Octubre (2010)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
Octubre (2010)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)
Octubre (2010)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
Octubre (2010)	Espacio publicitario cabecera definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Espacio publicitario cabecera definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Espacio publicitario cabecera definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Espacio publicitario cabecera definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)

## Nota:

\*El **espectacular** estará ubicado en la calle de Puebla # 182 esquina Insurgentes. Col. Roma.

\*El segundo **espectacular** estará ubicado en la Glorieta de Insurgentes Norte con dirección hacia el Viaducto Miguel Alemán de Norte A Sur sobre la Avenida Insurgentes.

\*La distribución de las **postales** será en plazas comerciales, boutiques, estéticas, hoteles, bares, sex shop, restaurantes y otros.

\*Las **cabeceras** (espacios publicitarios) se localizaran en el interior de cada vagón. Así mismo, cada vagón tendrá únicamente una cabecera. Por otra parte,

las cabeceras estarán exhibidas en 10 trenes que circularan durante todo el día en las dirección de Pantitlán – Observatorio y Observatorio- Pantitlán.

\*Los **paneles de andén** se localizaran en la estación de Insurgentes en las dirección Pantitlán – Observatorio y Observatorio- Pantitlán.

\*La **publicidad en el transporte público** tendrá la siguiente ruta: Av. Insurgentes Norte. Cantera- Calzada. Misterios-Reforma-Lagunilla-Allende- 20 de Noviembre y Zócalo. Estos camiones circulan 3 ida y 3 de regreso durante el día. Este transporte publicitara la frase y logo de la campaña.

\*Las **playeras** se distribuirán en la Glorieta de Insurgentes a toda s persona que las solicite sin embargo, su distribución será limitada debido al presupuesto.

## Etapa de mantenimiento

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
<b>Noviembre (2010)</b>	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Noviembre (2010)</b>	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Noviembre (2010)</b>	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)
<b>Noviembre (2010)</b>	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)
<b>Noviembre (2010)</b>	Cartel "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Noviembre (2010)</b>	Panel de andén definición de homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén definición de homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén definición de homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén definición de homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Noviembre (2010)</b>	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Noviembre (2010)</b>	Panel de andén "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Noviembre (2010)</b>	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Noviembre (2010)</b>	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
<b>Diciembre (2010)</b>	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
<b>Diciembre (2010)</b>	Panel de andén "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)	Panel de andén "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)	Panel de andén "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)	Panel de andén "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)
<b>Diciembre (2010)</b>	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)
<b>Diciembre (2010)</b>	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)

## Etapa de mantenimiento

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
<b>Diciembre (2010)</b>	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Diciembre (2010)</b>	Panel de andén "Datos estadísticos"..." Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén "Datos estadísticos"..." Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén "Datos estadísticos"..." Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén "Datos estadísticos"..." Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Diciembre (2010)</b>	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Diciembre (2010)</b>	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Diciembre (2010)</b>	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Diciembre (2010)</b>	Valla "hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Diciembre (2010)</b>	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
<b>Diciembre (2010)</b>	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
<b>Enero (2011)</b>	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
<b>Enero (2011)</b>	Espectacular "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)	Espectacular "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)	Espectacular "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)	Espectacular "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)
<b>Enero (2011)</b>	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Enero (2011)</b>	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
<b>Enero (2011)</b>	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)
<b>Enero (2011)</b>	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)

## Etapa de mantenimiento

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Enero (2011)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)
Enero (2011)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)
Enero (2011)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)
Enero (2011)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)
Enero (2011)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)
Enero (2011)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)
Enero (2011)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)
Enero (2011)	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1 )	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1 )	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1 )	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1 )

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Febrero (2011)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
Febrero (2011)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1 )
Febrero (2011)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
Febrero (2011)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)

## Etapa de mantenimiento

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Febrero (2011)	Valla "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Valla "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)
Febrero (2011)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
Febrero (2011)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
Febrero (2011)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
Febrero (2011)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)
Febrero (2011)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)
Febrero (2011)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)
Febrero (2011)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)
Febrero (2011)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)
Febrero (2011)	Cartel "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos"... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)

## Nota:

\*Los **carteles** se distribuirán en los alrededores de la Zona Rosa.

\*Los **trípticos** se distribuirán en plazas comerciales, boutiques, estéticas, hoteles, bares, sex shop, restaurantes y antros.

\*La **vallas** se localizaran en calle de Londres entre Niza y Génova.

\*El **espectacular** estará ubicado en la Glorieta de Insurgentes Norte con dirección hacia el Viaducto Miguel Alemán de Norte A Sur sobre la Avenida Insurgentes.

\*La distribución de las **postales** será en plazas comerciales, boutiques, estéticas, hoteles, bares, sex shop, restaurantes y antros.

\*Los **paneles de andén** se localizaran en la estación de Insurgentes en las dirección Pantitlán – Observatorio y Observatorio- Pantitlán.

\*La **publicidad en el transporte público** tendrá la siguiente ruta: Av. Insurgentes Norte. Cantera- Calzada de los Misterios - Reforma -

Lagunilla-Allende- 20 de Noviembre y Zócalo. Estos camiones circulan 3 ida y 3 de regreso durante el día. Este transporte publicitará

la frase y logo de la campaña.

\*Las **playeras** se distribuirán en la Glorieta de Insurgentes a toda persona que las solicite sin embargo, su distribución será limitada debido al presupuesto.

## Etapa de declive

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
<b>Marzo (2011)</b>	Panel de ánden ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Panel de ánden ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Panel de ánden ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Panel de ánden ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Panel de ánden "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de ánden "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de ánden "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de ánden "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)
<b>Marzo (2011)</b>	Panel de ánden definición de homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de ánden definición de homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de ánden definición de homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de ánden definición de homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Panel de ánden "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)	Panel de ánden "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)	Panel de ánden "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)	Panel de ánden "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión b)
<b>Marzo (2011)</b>	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Marzo (2011)</b>	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 3) (versión a)

## Etapa de declive

Mes	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
<b>Marzo (2011)</b>	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Cartel ¿Cuántas veces has dicho o escuchado estas palabras?.... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Panel de ánden "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de ánden "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de ánden "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de ánden "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Panel de andén "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Panel de andén "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)	Postales 1, 2 ,3, 4, 4a, 5, 6 Ejecución: 6 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)	Valla definición homofobia Ejecución: 1 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Valla "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)
<b>Abril (2011)</b>	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)	Publicidad en transporte público Ejecución 8 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)	Playera de la campaña Ejecución: 9 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Datos estadísticos".... Ejecución: 5 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)	Cartel "Hoy miles de homosexuales..." Ejecución: 2 (táctica 1, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)	Cartel "Soy homofóbico..." Ejecución: 3 (táctica 1, estrategia 1) (versión a)
<b>Abril (2011)</b>	Valla ¿Cuántas veces has o dicho o escuchado estas palabras?... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has o dicho o escuchado estas palabras?... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has o dicho o escuchado estas palabras?... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)	Valla ¿Cuántas veces has o dicho o escuchado estas palabras?... Ejecución: 4 (táctica 2, estrategia 1)
<b>Abril (2011)</b>	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)	Folleto tríptico homofobia Ejecución: 7 (táctica 2, Estrategia 1) (versión a y b)

**Nota:**

\*Los **carteles** se distribuirán en los alrededores de la Zona Rosa.

\*Los **folletos** se distribuirán en plazas comerciales, boutiques, estéticas, hoteles, bares, sex shop, restaurantes y antros.

\*La **vallas** se localizaran en calle de Londres entre Niza y Génova.

\*La distribución de las **postales** será en plazas comerciales, boutiques, estéticas, hoteles, bares, sex shop, restaurantes y antros.

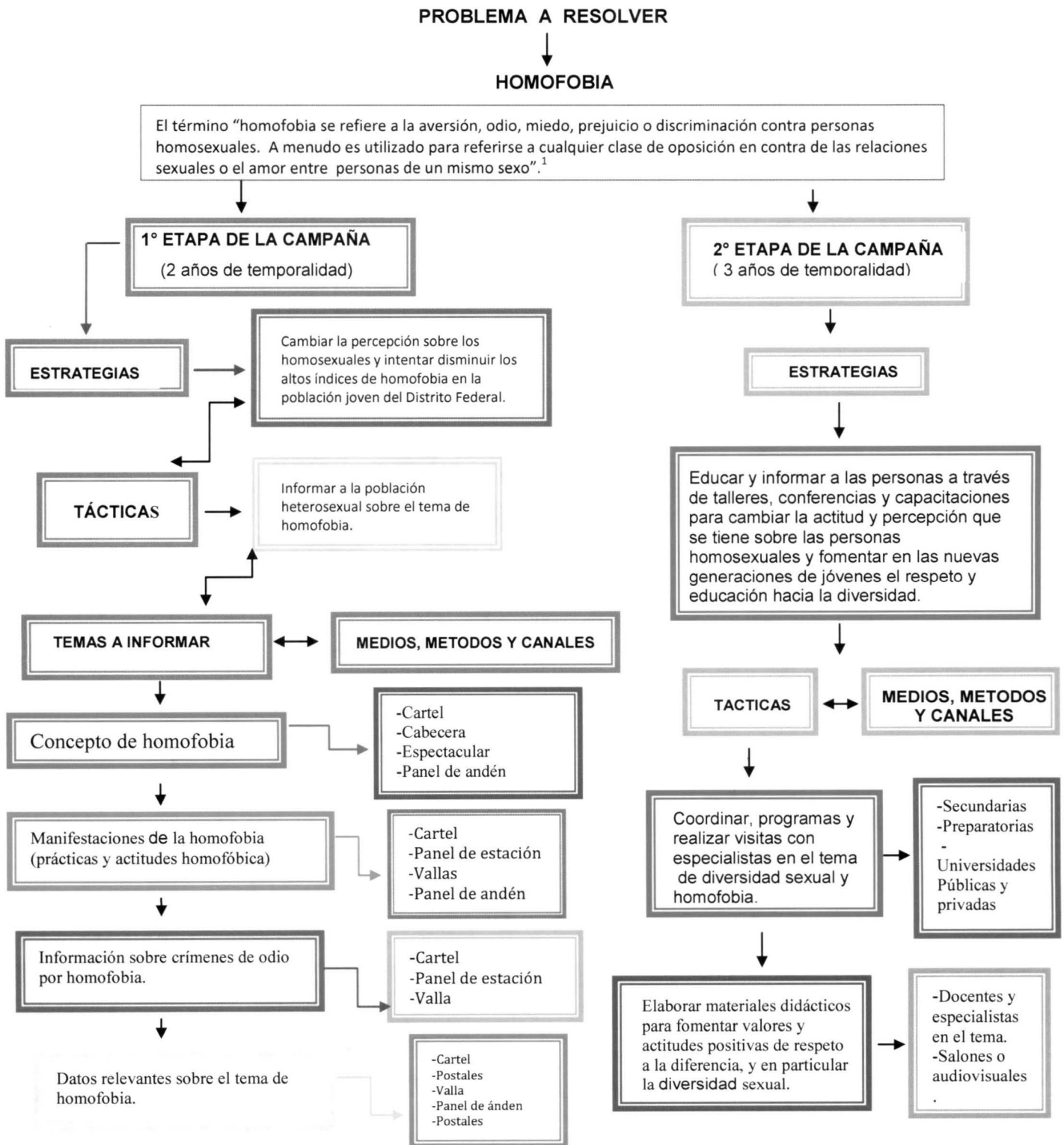
\*Los **paneles de andén** se localizaran en la estación de Insurgentes en las dirección Pantitlán – Observatorio y Observatorio- Pantitlán.

\*La **publicidad en el transporte público** tendrá la siguiente ruta: Av. Insurgentes Norte. Cantera - Calzada Misterios - Reforma - Lagunilla - Allende - 20 de Noviembre y Zócalo.

Estos camiones circulan 3 ida y 3 de regreso durante el día. Este transporte publicitara la frase y logo de la campaña.

\*Las **playeras** se distribuirán en la Glorieta de Insurgentes a toda persona que las solicite sin embargo, su distribución será limitada debido al presupuesto.

### 5.1.6. Diagrama del Plan Táctico



<sup>1</sup>Coalición Internacional Contra el Tráfico de Mujeres, *Manual de Capacitación sobre Masculinidad iniciación sexual y consumo de la prostitución*, México, 2005. Pág.115

### 5.1.7. Apreciaciones éticas

Dentro de este plan táctico hemos incluido la ética. Por lo que la palabra “ética proviene del latín *ethicus* y del griego ἠθικός. Etimológicamente, las palabras ética y moral tienen el mismo significado, con diferencia que moral deriva del latín (mos) y ética del griegos (ethos)”. Siendo la ética la rama de la filosofía que abarca el estudio de la moral, la virtud, el deber, la felicidad y el buen vivir.

Este plan de comunicación tiene por objetivo, sensibilizar a la sociedad que habita en el Distrito Federal a lo que respecta a la sana convivencia con la comunidad lésbico- gay.

Como ya lo hemos mencionado, a lo largo de este plan de comunicación los homosexuales han sido víctimas de burlas, insultos, agresión, violencia, discriminación, rechazo, exclusión, estigma, intolerancia, odio y homofobia. Es por esto que es necesario combatir el estigma y la discriminación con información y educación a lo que respecta a la sexualidad y la diversidad sexual.

## **6.-Diseño del plan de prueba, monitoreo y evaluación de la campaña “Vivir sin homofobia”**

### **6.1.Selección y justificación de métodos y técnicas**

Para realizar el diseño de plan de prueba, monitoreo y evaluación nos basaremos en la metodología cuantitativa donde utilizaremos la técnica de la encuesta para realizar nuestro sondeo. Para esta etapa hemos decidido aplicar tres cuestionarios a continuación describiremos:

#### **Cuestionario 1 “Evaluación de prueba”:**

El cuestionario de Evaluación de prueba constará de una sola pregunta así mismo contara con nueve opciones a responder. A lo que se refiere a la aplicación de la muestra aplicaremos 100 cuestionarios únicamente a hombres heterosexuales entre las edades de 15 a 70 años que sean residentes del Distrito Federal. En cuanto al levamiento de la encuesta será de cara a cara y auto aplicación, junto con el cuestionario se mostrara una postal y se levantará en los alrededores de Glorieta de Insurgentes de la Delegación Cuauhtémoc, antes de implementar la campaña en mayo del 2010.

#### **Cuestionario 2 “Evaluación de seguimiento”:**

El segundo cuestionario de Evaluación de seguimiento contará con dos preguntas con nueve opciones a responder. Este cuestionario se aplicara a 100 personas únicamente a hombres heterosexuales entre las edades de 15 a 70 años que sean residentes del Distrito Federal. Al igual que el primer cuestionario se aplicara la encuesta en los alrededores de Glorieta de Insurgentes de la Delegación Cuauhtémoc, este cuestionario lo aplicaremos después de la etapa de lanzamiento. El cuestionario se aplicara junto con seis postales que observara el encuestado para poder responder el cuestionario.


**Cuestionario 3 “Evaluación final”:**

El tercer y último cuestionario será el de Evaluación de final que constara de tres preguntas que cada una de ellas tendrá nueve opciones a responder. Al igual que otros cuestionarios se aplicara a 100 personas siendo hombres heterosexuales entre las edades de 15 a 70 años, que sean residentes del Distrito Federal. Así mismo, este cuestionario será aplicado en la de Glorieta de Insurgentes y de igual manera el cuestionario será entregado al encuestado junto con seis postales. Esta etapa se evaluara después de haber finalizado el primer año de la campaña.

**6.2.Diseño de instrumentos.**

**Cuestionario 1 “Evaluación de prueba”:** Objetivos de Evaluación de prueba: Saber si los sujetos logran conocer que es la homofobia.

**Instrumento**

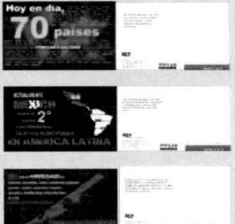

Cuestionario Evaluación de prueba.	Postal 1
<p>A partir de ver la postal mostrada, marca con una X</p> <p>¿Qué tanto usted logra comprender que es la homofobia?</p> <p> <input type="checkbox"/>    ○    ○    ○    ○    ○    ○    ○    <input type="checkbox"/> </p> <p>Nada    1    2    3    4    5    6    7    Mucho</p>	

**Cuestionario 2 “Evaluación de seguimiento”:**

Objetivos de seguimiento:

- 1.-Saber si las postales sensibilizan a los sujetos
- 2.-Saber si las postales crean un sentimiento de rechazo hacia los homofóbicos
- 3.-Saber si las postales crean un sentimiento de solidaridad o compasión por homosexuales.

**Instrumento**




Cuestionario de Evaluación de seguimiento	(Postales 2-7)
<p>A partir de ver la postal mostrada, marca con una X</p> <p><b>1.-¿Qué tanto usted rechaza a los homofóbicos?</b></p> <p> <input type="checkbox"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="checkbox"/> </p> <p>Nada    1    2    3    4    5    6    7    Mucho</p>	
<p>A partir de ver la postal mostrada, marca con una X</p> <p><b>2.-¿Qué tanto usted tolera a los homofóbicos?</b></p> <p> <input type="checkbox"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="checkbox"/> </p> <p>Nada    1    2    3    4    5    6    7    Mucho</p>	

**Cuestionario 3 “Evaluación final”:**

Objetivos de seguimiento:

- 1.-Saber si las postales sensibilizan a los sujetos
- 2.-Saber si las postales crean un sentimiento de rechazo hacia los homofóbicos
- 3.-Saber si las postales crean un sentimiento de solidaridad o compasión por homosexuales.

**Instrumento**

Cuestionario de Evaluación de seguimiento	(Postales 2-7)
<p>A partir de ver la postal mostrada, marca con una X</p> <p><b>1.-¿Qué tanto usted rechaza a los homofóbicos?</b></p> <p><input type="checkbox"/> ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ <input type="checkbox"/></p> <p>Nada 1 2 3 4 5 6 7 Mucho</p>	
<p>A partir de ver la postal mostrada, marca con una X</p> <p><b>2.-¿Qué tanto usted tolera a los homofóbicos?</b></p> <p><input type="checkbox"/> ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ <input type="checkbox"/></p> <p>Nada 1 2 3 4 5 6 7 Mucho</p>	
<p>A partir de ver la postal mostrada, marca con una X</p> <p><b>3.- A partir de las imágenes publicitarias de la campaña vivir sin homofobia de la institución Demisex, marque con una X que trato usted considera que ha logrado sensibilizar a la población a favor de los homosexuales.</b></p> <p><input type="checkbox"/> ○ ○ ○ ○ ○ ○ ○ <input type="checkbox"/></p> <p>Nada 1 2 3 4 5 6 7 Mucho</p>	

## Reflexiones generales

En cuanto a los resultados obtenidos en la Evaluación de prueba, evaluamos la postal 1 donde sondeamos nuestros encuestados para conocer que tanto las personas encuestadas comprendían que es la homofobia a partir de la postal mostrada y como resultado obtuvimos que el 81% claramente comprende dicho término y el restante 19% dijo no comprender el término. (Ver anexo 11)

A partir de los resultados obtenidos es conveniente realizar la campaña ya que antes de realizar la encuesta y mostrar la postal las personas desconocían la definición de homofobia y a partir de las postales mostradas los encuestados se informaron y comprendieron el término de homofobia claramente.

En conclusión, consideramos que esta campaña es necesaria para que las personas se informen y conozcan este problema social, que es la homofobia porque creemos que la homofobia se combate con información, oportuna, clara, concisa y precisa para poder lograr que las personas se sensibilicen y concienticen y eviten tener conductas homofóbicas ya que en algún momento de nuestras vidas hemos sido participes de burlas, insultos, agresiones, rechazo, discriminación siendo las maneras más sutiles de manifestar conductas homofóbicas desconociendo que esto es homofobia.

## Bibliografía

Coalición Internacional Contra el Tráfico de Mujeres, *Agarra la onda chavo: Manual de Capacitación, sobre Masculinidad, Iniciación Sexual Consumo de la Prostitución*, México, 2005.

ONU, *Programa de Acción adoptado en la Tercera Conferencia Internacional sobre Población y Desarrollo*, El Cairo, 1994. Estados Unidos, 1998.

Tu futuro en libertad. *Por una sexualidad y salud reproductiva con responsabilidad México*, Gobierno del Distrito Federal (Secretaría de Educación del Distrito Federal), 2008.

Weeks, Jeffrey, *Sexualidad*, México, Paidós, 2000.

Barrios Martínez David, *Resignificando la masculinidad: Guía de Supervivencia para varones del Siglo XXI*, México, Vila, 2003.

Collado del Fernando, *Homofobia, odio, crimen y justicia 1995-2005*, México, Tusquets editores. 2007.

Consejo Nacional para Prevenir La discriminación, *Disidencia sexual e identidades y genéricas*, 2006, México.

Manual de Capacitación sobre *Masculinidad iniciación sexual y consumo de la prostitución*, Coalición Internacional Contra el Tráfico de Mujeres, México, 2005.

Blumenfeld, *Variantes*, 1992.

Cazés Menache, Daniel, *La perspectiva de Género*. Guía para diseñar, poner en marcha, dar seguimiento y evaluar proyectos de investigación y acciones públicas y civiles, México, CONAPO/ Instituto Nacional de las mujeres/ Centro de investigaciones interdisciplinarias en ciencias sociales, 2ª edición, 2005.

Soriano Rubio, Sonia *Cómo viven homosexualidad y el lesbianismo*, Salamanca: Amarú Ediciones, 1999.

*Campaña Nacional y Día Contra la Homofobia "Material de apoyo"*, Dirección de Educación, Divulgación y Comunicación Social, Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, México, 2005.

*Prohibido Discriminar, por una cultura del respeto a la diversidad humana*, Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación, Bloque I los mecanismos de la discriminación, México, 2004, CONAPRED, *Programa*, 2006.

Rodríguez, Olga *Marco conceptual del imaginario social e histórico de la propaganda*. En Romeu, Vivian (coord.) *Acercamientos conceptuales y metodológicos sobre publicidad y propaganda*. Biblioteca del Estudiante, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, pág.2 (en prensa)

Kotler Philip, Roberto L. Eduardo, *Mercadotecnia social estrategias para cambiar el comportamiento público*, México, Editorial Diana.

Kotler Philip y Zaltman Gerald, *Mercadotecnia Social: Un enfoque al cambio social planificado*. JOURNAL OF Marketing, julio 1971.

Acosta, *Mercadotecnia social: educación básica para adultos*, 1984.

Leñero Vicente, "La Zona Rosa es un perfume barato en un envase caro", en talacha periodística, SEP, México, 1988.

Bavo - García E, Anaya-Zarco JP, Arellano-Delgado LM, Espindola-Vargas V, Estrada-Márquez F, Magis-Rodríguez C. *Discriminación en población gay y otros HSH en México: Una encuesta por Internet*. Ponencia en el IX Congreso Nacional sobre VIH/SIDA; 2005 Dic 1-3; Oaxaca, México.

Hernández Sampieri, Roberto, Fernando Collado, Carlos; Baptista Lucio, Pilar, *Metodología de la Investigación*, Mc Graw Hill, México, 1997.

Galindo Cáceres, Jesús (coordinador), *Técnicas de investigación*, Pearson Educación, México, 1998.

Beltrán y Cruces, Raúl Ernesto, *Publicidad en medios impresos*, 5 ed. México, Trillas, 2003.

## **Hemerografía**

Rueda Castillo, Angie "Iguales pero Diferentes", *Consejo Nacional para prevenir la Discriminación, gaceta* 13-14, Enero-Junio 2008.

"Encuesta Mundial de Valores (World Values Survey)", *La Jornada en el Suplemento Letra S*, no. 148, noviembre 2008.

"Encuesta Nacional en Vivienda de Parametría", *El Universal*, 20 de noviembre del 2006.

## **Fuentes electrónicas**

<http://www.anodis.com>.  
(Consultado el 5 enero del 2008)

<http://anodis.com/nota/9123.asp> (caricaturas "gays" de la TV)  
(Consultado el 5 abril del 2008)

[http://www.amdh.org.mx/sitio/ponencias%20del%20curso/Discurso\\_Arturo\\_Diaz.ppt](http://www.amdh.org.mx/sitio/ponencias%20del%20curso/Discurso_Arturo_Diaz.ppt) –  
(Consultado el 9 de mayo del 2008)

[www.cogailes.org/ilga/docs.pdf/ccccoh00def.pdf](http://www.cogailes.org/ilga/docs.pdf/ccccoh00def.pdf)

<http://www.Comisión de Derechos Humanos del Distrito F.htm>  
(Consultado el 24 de junio del 2008)

<http://www.cndh.org.mx/losdh/losdh.htm>  
(Consultado el 30 de junio del 2008)

<http://www.cd hdf.org.mx/index.php?id=dfemay08comlgbtt>  
(Consultado el 7 de agosto del 2008)

[www.conapred.org.mx](http://www.conapred.org.mx) «Qué es el CONAPRED».  
(Consultado el 19 de octubre del 2008)

<http://www.delariva.com.mx/dlr/despliega2.php?nid=46&g=10>  
(Consultado el 29 de noviembre del 2008)

<http://www.delariva.com.mx/dlr/despliega2.php?nid=46&g=81>  
(Consultado el 27 de noviembre del 2008)

<http://delariva.com.mx/dlr/despliegaBusqueda.php?searchString=publicista>  
(Consultado el 19 de enero del 2009)

[www.enkidumagazine.com/art/2007/.../e\\_2006\\_013\\_a.htm](http://www.enkidumagazine.com/art/2007/.../e_2006_013_a.htm)  
(Consultado el 17 de febrero del 2009)

[http://www.enkidumagazine.com/art/2007/100407/e\\_1004\\_027\\_a.htm](http://www.enkidumagazine.com/art/2007/100407/e_1004_027_a.htm)  
(Consultado el marzo del 2009)

<http://envia.xoc.uam.mx/tid/investigaciones/> (Publicidad de Camel.doc)  
(Consultado el 22 de mayo del 2009)

[http://es.letraese.org.mx/La %20batalla.doc](http://es.letraese.org.mx/La%20batalla.doc)  
(Consultado el 31 de mayo del 2009)

<http://www.eluniversal.com.mx/ciudad/100894.html>  
(Consultado el 23 de marzo del 2010)

<http://www.glbq.com/social-sciences/mexico.html>  
(Consultado el 8 de marzo del 2008)

<http://gremiosanluis.com/crimenesif.htm>  
(Consultado el 4 de enero del 2009)

[http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/marketing\\_social.html](http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/investigacion/marketing_social.html)  
(Consultado el 22 de septiembre del 2009)

<http://www.INEGI.com.mx>  
(Consultado el 22 de septiembre del 2007)

<http://www.isa.com.mx/metro.html>  
(Consultado el 5 noviembre del 2009)

<http://www.lajornadajalisco.com.mx/2010/02/19/index.php?section=opinion&article=002o1pol>  
(Consultado el 10 de octubre del 2008)

<http://www.letraese.org.mx/cronologia.htm>  
(Consultado el 13 de enero del 2008)

[http://revistademisantojos.blogspot.com/2009\\_09\\_01\\_archive.html](http://revistademisantojos.blogspot.com/2009_09_01_archive.html)  
(Consultado el 17 de marzo del 2010)

<http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/promocion-definicion-concepto.html>  
(Consultado el 23 de noviembre del 2009)

[http://www.sexualidad.es/index.php/Identidad\\_sexual](http://www.sexualidad.es/index.php/Identidad_sexual)  
(Consultado el 25 de julio del 2008)

<http://web.archive.org/web/20070824004531/http://www.universidadabierta.edu.mx/Biblio/R/Reza+Bernarda-Llave+Veracruz.htm>  
(Consultado el 17 de febrero del 2009)

**A N E X O S**

## A n e x o 1

**REPORTE DE EJECUCIONES 2000**  
**Ejecuciones por odio homofóbico 1995-2000.**

**Ejecuciones registradas por año.**

<b>Año</b>	<b>Número</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>
1995	38	35	3
1996	42	40	2
1997	37	37	0
1998	47	46	1
1999	26	21	5
2000	23	22	1
<b>Total</b>	<b>213</b>	<b>201</b>	<b>12</b>

**Situación homofóbica por entidad federativa**

**1995-1999**

<b>Estado</b>	<b>No. de ejecuciones</b>
Aguascalientes	-
Baja California	3
Chiapas	3
Coahuila	1
Distrito Federal	99
Estado de México	42
Hidalgo	4
Michoacán	4
Morelos	1
Nuevo León	1
Puebla	3
Sinaloa	1
Sonora	1
Tamaulipas	1
Veracruz	20
Yucatán	0
No especificado	5
<b>Total</b>	<b>190</b>

**2000**

<b>Estado</b>	<b>No. de ejecuciones</b>
Aguascalientes	1
Baja California	-
Chiapas	-
Coahuila	-
Distrito Federal	4
Estado de México	5
Hidalgo	1
Michoacán	1
Morelos	2
Nuevo León	1
Puebla	-
Sinaloa	-
Sonora	-
Tamaulipas	3
Veracruz	2
Yucatán	2
No especificado	1
<b>Total</b>	<b>23</b>

**Tipificación de las ejecuciones por odio homofóbico 2000.**

Forma de ejecución	1995-1999
Arma de fuego	30
Estrangulado	35
Arma blanca	50
Golpeado	36
Arrollado	1
Destrozado	13
Ahogado	1
Torturas múltiples	18
No especificado	6
<b>Total</b>	<b>190</b>

Forma de ejecución	2000
Arma de fuego	4
Estrangulado	2
arma blanca	8
Golpeado	2
Arrollado	-
Destrozado	2
Ahogado	-
Torturas múltiples	5
No especificado	
<b>Total</b>	<b>23</b>

**Lugar donde fue encontrado el cuerpo**

Lugar de ejecución	1995- 1999
Hogar	72
Terreno baldío	26
Automóvil	8
Avenida	29
Canal de aguas negras	12
Fosa	3
Hotel	6
Mercado	2
Taller mecánica	4
Lugar de trabajo	11
No especificado	17
<b>TOTAL</b>	<b>190</b>

Lugar de ejecución	2000
Hogar	9
Terreno baldío	2
Automóvil	2
Avenida	2
Canal de aguas negras	2
Fosa	
Hotel	2
Mercado	
Taller mecánica	1
Lugar de trabajo	1
No especificado	2
<b>TOTAL</b>	<b>23</b>

**Edad de las víctimas**

Edad	Número	Edad	Número
No indicada	47	No indicada	6
14-20	16	14-20	1
21-30	47	21-30	4
31-40	38	31-40	6
41-50	20	41-50	1
51-60	14	51-60	3
61-70	8	61-70	2
<b>Total</b>	<b>190</b>	<b>Total</b>	<b>23</b>

## A N E X O 2

Grupo: Molotov

Letra de la canción "Puto",

Álbum ¿Dónde jugarán las niñas?.

Que, muy machino?  
 a muy machino?  
 marica nena, mas bien putino  
 Que, muy machino?  
 a muy machino?  
 marica nena, mas bien putino  
 (puto, puto, puto)  
 Puto!! el que no brinque, el que no salte  
 puto!! el que no brinque y eche desmadre  
 puto!! el guey que quedo conforme  
 puto!! el que creyó lo del informe  
 puto!! el que nos quita la papa  
 puto!! tambien joto el que lo tapa  
 puto!! el que no hace lo que quiere  
 puto!! puto nace y puto se muere  
 Amo matón  
 matarile al maricón  
 y que quiere ese hijo de puta?  
 quiere llorar! quiere llorar!  
 Amo matón  
 matarile al maricon  
 y que quiere este hocicon?  
 quiere llorar! quiere llorar!  
 Y este son va dedicado a micky,  
 y a toda su familia... y a ñiaky, su hermano  
 Puto!  
 le faltan tanates al..  
 puto!  
 le faltan trompiates  
 puto!  
 le faltan tanates al..  
 puto, puto..  
 Amo maton  
 matarile al maricon  
 y que quiere ese hijo de puta?  
 quiere llorar! quiere llorar!  
 (puto! puto! puto! puto!)

## A N E X O 3

**Entrevista.**

Entrevista al director de Democracia y Sexualidad.

**Objetivo:** Conocer cuáles son las funciones de la institución Democracia y Sexualidad para conocer ampliamente como tratan de resolver la problemática de la homofobia y lesbofobia en los grupos vulnerables como son los homosexuales y lesbianas.

- 1.-¿Qué es Democracia y Sexualidad?
- 2.- ¿Qué tipo de apoyo mayormente ofrece Democracia y Sexualidad?
- 3.- ¿Qué tipo de apoyo mayormente solicitan sus miembros a Democracia y Sexualidad?
- 4.- ¿Qué grupo homosexual pide mayor apoyo a Democracia y Sexualidad?
- 5.- ¿Está satisfecha Democracia y Sexualidad con su gestión institucional? ¿Por qué?
- 6.- ¿Cree que Democracia y Sexualidad ha contribuido con su desempeño en la consolidación de los movimientos lésbico-gay en México a lo largo del tiempo?
- 7.-¿Cree que Democracia y Sexualidad ha contribuido con su desempeño y la transformación del imaginario social respecto a las personas de preferencia sexual distinta a la heterosexual en México?
- 8.- ¿Cree que Democracia y Sexualidad ha contribuido con su desempeño y combate a la homofobia y lesbofobia en México?
- 9.- ¿Cuáles han sido los principales aciertos de Democracia y Sexualidad en la lucha contra la homofobia y lesbofobia en México?
- 10.- ¿Cuáles son hoy los principales problemas que enfrenta Democracia y Sexualidad en la lucha contra la homofobia y lesbofobia en México?
- 11.- ¿En su opinión que hace falta para combatir la homofobia y lesbofobia en México?

## A N E X O 4

Universidad Autónoma de la Ciudad **UACM**

**Cuestionario****Objetivos:**

- 1) Evaluar la percepción social sobre homosexuales y lesbianas.
- 2) Valorar los aspectos de discriminación, rechazo y/o aceptación hacia homosexuales y lesbianas en el D.F.,.

A. Sexo: \_\_\_\_ B. Edad: \_\_\_\_ C. Religión: \_\_\_\_\_ D. Escolaridad: \_\_\_\_\_  
 E. Ocupación: \_\_\_\_\_ F. Delegación en la que habita: \_\_\_\_\_  
 G. No. de personas que viven contigo: \_\_\_\_\_

**1.-¿Conoces a personas homosexuales?**

- a) Sí \_\_\_\_  
 b) No \_\_\_\_  
 c) No contestó

**2. ¿Tienes familiares homosexuales?**

- a) Sí \_\_\_\_  
 b) No \_\_\_\_  
 c) No contestó

**3. ¿Tienes amigos homosexuales?**

- a) Sí \_\_\_\_  
 b) No \_\_\_\_  
 c) No contestó

**4. ¿Tienes enemigos homosexuales?**

- a) Sí \_\_\_\_  
 b) No \_\_\_\_  
 c) No contestó

**5. ¿Que opinas de la homosexualidad?**

- a) \_\_\_\_ es un tipo de orientación sexual  
 b) \_\_\_\_ es un tipo de orientación sexual normal  
 c) \_\_\_\_ es un tipo de orientación sexual bonita

d) \_\_\_\_ es un tipo de orientación sexual diferente

e) \_\_\_\_ es un tipo de orientación sexual aberrante  
 f) \_\_\_\_ No contestó

**6. ¿Alguna vez te has sentido acosado(a) por un(a) homosexual?**

- a) Sí \_\_\_\_  
 b) No \_\_\_\_  
 c) No contestó

**7. ¿Alguna vez te has sentido maltratado(a) por un(a) homosexual?**

- a) Sí \_\_\_\_  
 b) No \_\_\_\_  
 c) No contestó

**8. ¿Alguna vez has acosado a un(a) homosexual?**

- a) Sí \_\_\_\_  
 b) No \_\_\_\_  
 c) No contestó

**9. ¿Alguna vez has maltratado a un(a) homosexual?**

- a) Sí \_\_\_\_  
 b) No \_\_\_\_  
 c) No contestó

**10. A los homosexuales:**

- a) \_\_\_\_ se los debe reprimir  
 b) \_\_\_\_ se los debe tolerar  
 c) \_\_\_\_ se los debe respetar  
 d) \_\_\_\_ No contestó

**11. Consideras normal:**

- a) \_\_\_\_ la homosexualidad masculina  
 b) \_\_\_\_ la homosexualidad femenina  
 c) \_\_\_\_ ambas  
 d) \_\_\_\_ ninguna  
 e) \_\_\_\_ No contestó

**12. Consideras aceptable:**

- a) \_\_\_\_ la homosexualidad masculina  
 b) \_\_\_\_ la homosexualidad femenina  
 c) \_\_\_\_ ambas  
 d) \_\_\_\_ ninguna  
 e) \_\_\_\_ No contestó

**13. Consideras reprobable:**

- a) \_\_\_\_ la homosexualidad masculina  
 b) \_\_\_\_ la homosexualidad femenina  
 c) \_\_\_\_ ambas  
 d) \_\_\_\_ ninguna  
 e) \_\_\_\_ No contestó

14. ¿Sabes lo que es la homofobia/lesbofobia?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó

15. Consideras a la homofobia:

- a) \_\_\_\_ algo normal
- b) \_\_\_\_ algo necesario
- c) \_\_\_\_ algo injusto
- d) \_\_\_\_ algo inaceptable
- e) \_\_\_\_ algo imprescindible
- f) \_\_\_\_ No contestó

16. ¿Conoces personas homofóbicas?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó

17. ¿Tienes familiares homofóbicos?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó

18. ¿Tienes amigas homofóbicas?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó

19. ¿Tienes enemigos homofóbicos?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó

20. A los homofóbicos:

- a) \_\_\_\_ se los debe reprimir
- b) \_\_\_\_ se los debe tolerar
- c) \_\_\_\_ se los debe respetar
- d) \_\_\_\_ No contestó

21. ¿Crees que hay homofobia en la sociedad?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó

22. ¿Crees que la homofobia en México es un problema social?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó

23. ¿Crees que la homofobia en México es un problema cultural?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó

24.- Menciona tres causas que a tu juicio generen sentimientos y actitudes homofóbicas:

- 1.- \_\_\_\_\_
- 2.- \_\_\_\_\_
- 3.- \_\_\_\_\_

25. Has presenciado actos de homofobia entre:

- a) \_\_\_\_ un(a) homosexuales y otro(a) homosexual
- b) \_\_\_\_ de un(a) homosexual hacia un heterosexual
- c) \_\_\_\_ de un heterosexual hacia un(a) homosexual
- d) \_\_\_\_ todas las anteriores
- e) \_\_\_\_ Ninguna de las anteriores
- f) \_\_\_\_ No contestó

26. ¿Te consideras una persona homofóbica?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó

27. Tus ideas sobre la homofobia provienen mayormente:

- a) \_\_\_\_ de tu familia
- b) \_\_\_\_ de tus amigos
- c) \_\_\_\_ de los medios
- d) \_\_\_\_ de ti mismo
- e) \_\_\_\_ de la religión
- f) \_\_\_\_ otros. ¿Cuál?
- g) \_\_\_\_ No contestó

28. Tus ideas sobre los homosexuales provienen mayormente de:

- a) \_\_\_\_ de tu familia
- b) \_\_\_\_ de tus amigos
- c) \_\_\_\_ de los medios
- d) \_\_\_\_ de ti mismo
- e) \_\_\_\_ de la religión
- f) \_\_\_\_ otros. ¿Cuál?
- g) \_\_\_\_ No contestó

29.-¿Cómo definirías a un homosexual?

\_\_\_\_\_

30.-¿Cómo definirías a un homofóbico?

\_\_\_\_\_

H. Preferencia sexual:

- a) \_\_\_\_ heterosexual
- b) \_\_\_\_ bisexual
- c) \_\_\_\_ homosexual  
( \_\_\_\_ gay \_\_\_\_ lesbiana)
- d) \_\_\_\_ transexual
- e) \_\_\_\_ transgénero
- f) \_\_\_\_ travesti
- g) \_\_\_\_ otras. ¿Cuál?
- h) \_\_\_\_ No contestó

Si en la pregunta anterior has seleccionado cualquier opción a excepción de la a), puedes seguir respondiendo el cuestionario.

31. ¿Tu familia conoce tu preferencia sexual?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) Parte de ella \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

32. ¿Tus padres aceptan tu preferencia sexual?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) Uno de ellos \_\_\_\_ ¿Cuál?
- d) No contestó \_\_\_\_

33. ¿Has sufrido violencia a causa de tu preferencia sexual?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó \_\_\_\_

34. En caso de contestar afirmativamente, ¿qué tipo de violencias has sufrido?

- a) \_\_\_\_ Violencia psicológica
- b) \_\_\_\_ Violencia física
- c) \_\_\_\_ Violencia verbal
- d) \_\_\_\_ otras. Especifique:

\_\_\_\_\_

35. ¿Mayormente en qué ámbitos?

- a) \_\_\_\_ familiar
- b) \_\_\_\_ escolar
- c) \_\_\_\_ laboral
- d) \_\_\_\_ Público
- e) \_\_\_\_ Otros. ¿Cuál? \_\_\_\_\_

36. ¿De quiénes ha provenido mayormente la violencia?

- a) \_\_\_\_ de otros homosexuales
- b) \_\_\_\_ de heterosexuales
- c) \_\_\_\_ Otros. Especifique

\_\_\_\_\_

d) No contestó \_\_\_\_

37. ¿Alguna vez te haz sentido culpable por tu preferencia sexual?

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_
- c) No contestó \_\_\_\_

38. Te han puesto sobrenombres o apodos a causa de tu preferencia sexual:

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

39. ¿Alguna vez te haz sentido agredido por palabras despectivas como son: puto, maricón, puñal, tortillera, etc?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

40. ¿Alguna vez te ha agredido con piedras, botellas otro objeto para lastimar tu integridad física?.

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

41. ¿Alguna vez te has sentido discriminado por tu preferencia sexual?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

42. ¿Alguna vez te has sentido excluido por tu preferencia sexual?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

43. ¿Alguna vez te haz sentido agredido por asumir tu preferencia sexual?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

44. ¿Haz sufrido algún tipo de violencia por exhibir públicamente tu afecto?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

45. ¿Cómo ha sido el trato de las autoridades referente a tu preferencia sexual?

- a) \_\_\_\_ Muy respetuoso
- b) \_\_\_\_ Respetuoso
- c) \_\_\_\_ Poco respetuoso
- d) \_\_\_\_ Nada respetuoso
- e) \_\_\_\_ No contestó

46. ¿Consideras que algunas personas heterosexuales tienen tratos indignos y denigrantes hacia los homosexuales y lesbianas?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

47. ¿Consideras que algunas personas homosexuales tienen tratos indignos y denigrantes hacia los homosexuales y lesbianas?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

48. ¿Alguna vez has denunciado un acto discriminatorio contra homosexuales o lesbianas?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

49. ¿Alguna vez has denunciado un acto discriminatorio que hayas sufrido en carne propia?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

50. ¿Alguna vez te haz sentido humillado o ridiculizado por personas que rechazan homosexuales y lesbianas?

- a) Siempre \_\_\_\_
- b) Nunca \_\_\_\_
- c) A veces \_\_\_\_
- d) No contestó \_\_\_\_

51. ¿Consideras que los medios de comunicación han reforzado la homofobia y/o lesbofobia en algunos programas cómicos que ridiculizan y estereotipan a los homosexuales y lesbianas?

- a) Siempre \_\_\_
- b) Nunca \_\_\_
- c) A veces \_\_\_
- d) No contestó \_\_\_

52. ¿Alguna vez en tu vida cotidiana has sido víctima de homofobia o lesbofobia?

- a) Siempre \_\_\_
- b) Nunca \_\_\_
- c) A veces \_\_\_
- d) No contestó \_\_\_

53. ¿Conoces a alguna persona que haya sido víctima de homofobia o lesbofobia?

- a) Sí \_\_\_
- b) No \_\_\_
- c) No contestó \_\_\_

54. ¿Consideras que para la sociedad mexicana el ser homosexual o lesbiana es significado de:

- a) \_\_\_ indiferencia
- b) \_\_\_ odio
- c) \_\_\_ maldad
- d) \_\_\_ crueldad
- e) \_\_\_ frialdad
- f) \_\_\_ rechazo
- g) \_\_\_ discriminación
- h) \_\_\_ exclusión
- i) \_\_\_ todas las anteriores
- j) \_\_\_ ninguna de las anteriores
- k) \_\_\_ Otros. Especifique:

l) \_\_\_ No contestó

55. En tu opinión ¿quiénes son más homofóbicos?

- a) \_\_\_ Hombres
- b) \_\_\_ Mujeres
- c) \_\_\_ ambos
- d) \_\_\_ ninguno
- e) \_\_\_ No contestó

55.1. ¿qué rango de edad?

- a) \_\_\_ Niños
- b) \_\_\_ Adolescentes
- c) \_\_\_ Jóvenes
- d) \_\_\_ Adultos
- e) \_\_\_ Adultos mayores
- f) \_\_\_ No contestó

56. En tu opinión ¿quiénes son más lesbofóbicos?

- a) \_\_\_ Hombres
- b) \_\_\_ Mujeres
- c) \_\_\_ ambos
- d) \_\_\_ ninguno
- e) \_\_\_ No contestó

56.1. ¿qué rango de edad?

- a) \_\_\_ Niños
- b) \_\_\_ Adolescentes
- c) \_\_\_ Jóvenes
- d) \_\_\_ Adultos
- e) \_\_\_ Adultos mayores
- f) \_\_\_ No contestó

57. ¿Consideras que se violan los derechos humanos de los homosexuales y lesbianas en la sociedad mexicana?

- a) Sí \_\_\_
- b) No \_\_\_
- c) No sé \_\_\_
- d) No contestó \_\_\_

58. ¿Consideras necesario reivindicar social y públicamente los derechos humanos de homosexuales y lesbianas?

- a) Sí \_\_\_
- b) No \_\_\_
- c) No sé \_\_\_
- d) No contestó \_\_\_

59. ¿Consideras que la sociedad mexicana necesita contar con mayor información sobre la diversidad sexual para empezar a cambiar su forma de pensar sobre los homosexuales y lesbianas?

- a) Sí \_\_\_
- b) No \_\_\_
- c) No sé \_\_\_
- d) No contestó \_\_\_

60. ¿Consideras importante concienciar a la sociedad para que respete los derechos humanos, derechos sexuales de las personas homosexuales y lesbianas?

- a) Sí \_\_\_
- b) No \_\_\_
- c) No sé \_\_\_
- d) No contestó \_\_\_

61. ¿Consideras que una campaña publicitaria puede ayudar a concienciar a la sociedad mexicana para que respete los derechos humanos, derechos sexuales de las personas homosexuales y lesbianas?

- a) Sí \_\_\_
- b) No \_\_\_
- c) No sé \_\_\_
- d) No contestó \_\_\_

62. ¿Consideras que una campaña publicitaria puede ayudar a concienciar a la sociedad mexicana en el fomento del respeto y la tolerancia hacia la comunidad lésbico-gay?

- a) Sí \_\_\_
- b) No \_\_\_
- c) No sé \_\_\_
- d) No contestó \_\_\_

## Anexo 5

Transcripción de la entrevista realizada al director Alexis Sorel Flores Sixtos de la institución Democracia y Sexualidad A.C. (Demisex)

Entrevista al director de Democracia y Sexualidad.

**Objetivo:** Conocer cuáles son las funciones de la institución Democracia y Sexualidad para conocer ampliamente como tratan de resolver la problemática de la homofobia y lesbofobia en los grupos vulnerables como son los homosexuales y lesbianas.

### 1.-¿Qué es Democracia y Sexualidad?

Es una organización civil que tiene representación a nivel nacional en 22 estados con redes estatales y es una institución dedicada a la diversidad sexual.

### 2.- ¿Qué tipo de apoyo mayormente ofrece Democracia y Sexualidad?

Los servicios que ofrece es consultoría en educación sexual y en actividades de gestión para incidir en políticas públicas con temas de educación sexual. Así mismo, brindamos consultas, asesorías, capacitaciones a profesores, asesorías para realizar maestrías y posgrados, programas de estudio en educación sexual, asesoría a padres de familia entre otros servicios.

### 3.- ¿Qué tipo de apoyo mayormente solicitan sus miembros a Democracia y Sexualidad?

El apoyo que solicitan son las pláticas referentes a enfermedades de transmisión sexual y en anticoncepción de emergencia. También solicitan capacitaciones, cursos, talleres en educación sexual.

### 4. -¿Qué grupo homosexual pide mayor apoyo a Democracia y Sexualidad?

Dentro de la red se encuentran 100 redes organizadas a nivel republica y en cada una de las redes se acercan personas tanto homosexuales como heterosexuales. No podría precisar con exactitud que grupo solicita mayor apoyo ya que nuestra red se acercan personas de todas las edades y con una orientación sexual heterosexual o homosexual.

**5.- ¿Está satisfecha Democracia y Sexualidad con su gestión institucional?****¿Por qué?**

El año pasado cumplimos 10 años y realizamos una valoración estos 10 años de trabajo y hemos logrado consolidar la red después de 10 años ya que es complicado, pero se ha logrado consolidar ahora se presentan nuevos proyectos y estas muy satisfechos en lo que se ha logrado a nivel institucional.

**6.- ¿Cree que Democracia y Sexualidad ha contribuido con su desempeño en la consolidación de los movimientos lésbico-gay en México a lo largo del tiempo?**

Hemos apoyado diversos temas pero sobre todo la campaña contra la homofobia que desde hace varios años hemos impulsado junto con Letra S. Así mismo, hemos participado invitando a otras instituciones como Censida (Centro Nacional para la Prevención y Control del VIH/ SIDA). Por otra parte la campaña ha tenido éxito puesto que sin hacer actividades o impulsar la campaña automáticamente ya los medios de comunicación y otras organizaciones conocen la campaña y se sabe que 17 de mayo es el día de la homofobia.

**7.-¿Cree que Democracia y Sexualidad ha contribuido con su desempeño y la transformación del imaginario social respecto a las personas de preferencia sexual distinta a la heterosexual en México?**

En México como a nivel nacional es muy complicado porque tenemos una diversidad de formas, contextos y costumbres que lógicamente se ha reflejado no sólo en Demisex si no también algunas otras organizaciones dentro del Distrito Federal y como resultado de ello son las sociedades de convivencia y los matrimonios de personas del mismo sexo y eso en otra forma da pie a que las organizaciones y que otros los sectores de la sociedad hemos influido para que las personas con otra orientación sexual distinta a la heterosexual sean incluidas y sean parte de la diversidad sexual. Así mismo, contribuimos con proyectos como la capacitación a docentes, adolescentes, padres y madres de familia de que se empiece a cambiar poco a poco y paulatinamente que veamos que tanto la heterosexualidad como cualquier otra orientación sexual es parte de la diversidad sexual y que todos somos diversos sexualmente ante esta diversidad no la podemos discriminar y a cualquiera que no cumpla ciertos cánones que poco a poco se han deslucido.

**8.- ¿Cree que Democracia y Sexualidad ha contribuido con su desempeño y combate a la homofobia y lesbofobia en México?**

Hemos contribuido con el impulso de La campaña contra la homofobia y está más que dicho.

**9.- ¿Cuáles han sido los principales aciertos de Democracia y Sexualidad en la lucha contra la homofobia y lesbofobia en México?**

El impulso de la campaña contra la homofobia ha sido regular, que hayamos imperado tanto que ya sin necesidad de realizar actividades ya las retomen otras instituciones, organizaciones y que la gente también ya solicite asesorías que antes no pedían algunas veces solicitaban asesorías únicamente sobre educación sexual ahora la gente solicita con mayor frecuencia información sobre diversidad sexual y homofobia hoy en día las personas solicitan mayor información. Así mismo se ha tratado en algunas actividades que hemos realizado con la Secretaria de Educación Pública (SEP) se ha insertado de tema diversidad sexual y dentro de ello el tema de homofobia entonces claro que hemos tenido aciertos.

**10.- ¿Cuáles son hoy los principales problemas que enfrenta Democracia y Sexualidad en la lucha contra la homofobia y lesbofobia en México?**

La primera problemática que luchamos y no sólo Demysex y las otras organizaciones mismas personas con una orientación sexual distinta y los grupos conservadores y las políticas públicas que no respeta a la diversidad sexual y que quieren limitar derechos y que no permiten la libre expresión de las personas en cuestión afectiva, amorosa sexual el no respetar es el principal obstáculo.

**11.- ¿En su opinión que hace falta para combatir la homofobia y lesbofobia en México?**

Creo vamos caminando pero hace falta más y que entendamos que la gente con una orientación sexual distinta son seres humanos, con derechos, que sienten, que sufren, que son exitosos que son como cualquier otra persona heterosexual a medida que entendamos que heterosexuales y homosexuales que son iguales a nosotros que somos seres humano es así como disminuirá la homofobia en la sociedad.

---

**A N E X O 6****Resultados generales del cuestionario aplicado a homosexuales y heterosexuales residentes en el D.F.**

La encuesta fue realizada a heterosexuales, homosexuales, lesbianas, travesti, transgénero y transexuales, en la colonia Juárez (Zona Rosa) de la delegación Cuauhtémoc, específicamente en las zonas aledañas al metro Insurgentes. Los resultados obtenidos de la aplicación de estos cuestionarios pueden dividirse por los siguientes rubros que son: datos socioeconómicos de la población encuestada, homosexualidad en la familia y el entorno social, percepción sobre la homosexualidad, violencia y agresión, discriminación en el ámbito familiar y social, homofobia y derechos humanos y justicia social.

**Datos socioeconómicos de la población encuestada:**

El objetivo de este diagnóstico fue investigar la percepción social sobre homosexuales y lesbianas y valorar los aspectos de discriminación, rechazo y / o aceptación hacia homosexuales y lesbianas en el Distrito Federal. La encuesta fue aplicada a 400 personas que aleatoriamente participaron de manera voluntaria. A continuación presentamos los resultados de los datos demográficos y socioeconómicos.

De acuerdo a los resultados arrojados en esta encuesta se pudo constatar que la población que respondió este cuestionario fueron en mayoría personas del sexo masculino siendo este el 61% y el 39 por ciento fueron representados por el sexo femenino.

En cuanto a las edades de nuestros encuestados encontramos que oscilan entre 15 a 54 años. Cabe mencionar que las personas mayores a 55 años se negaron a contestar la encuesta por abordar la temática de la homosexualidad.

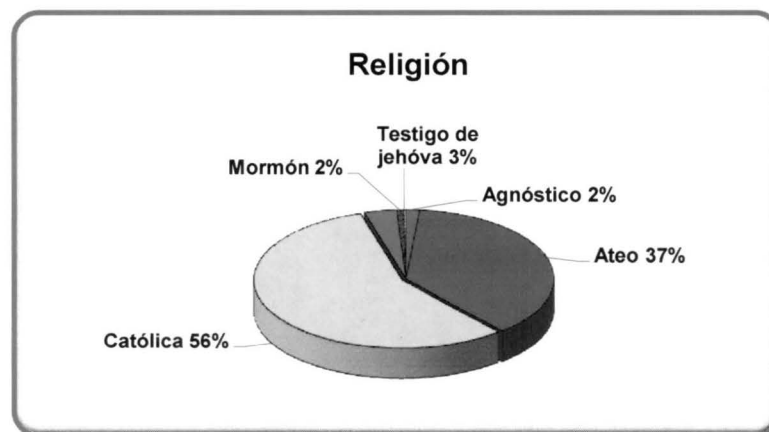
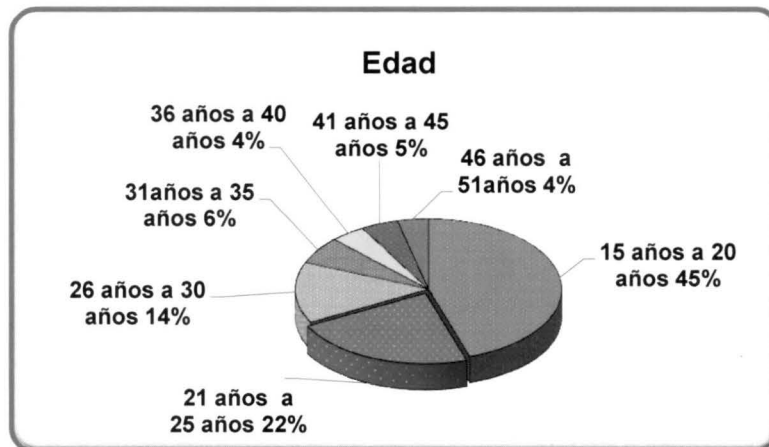
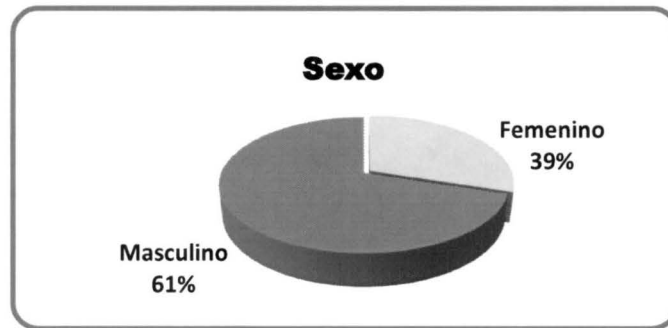
En relación al nivel de la religiosidad encontramos que el 56 por ciento profesa la religión católica (o), el 37% dijo ser ateo (a). Asimismo, otro dato relevante es la ocupación de las personas encuestadas donde encontramos que: 57 % es estudiante, 40% son empleado.

En el nivel de estudios encontramos que el 55 por ciento cuenta con una educación media superior, y el 36% se encuentra cursando la educación superior. En cuanto al lugar de residencia por delegación en la que habitan los encuestados tenemos que el 28% habita en la zona oriente de la ciudad, y el 24% reside en la zona metropolitana del Estado de México, y el 18% vive en la zona Norte, y el 16% habita en la zona Sur y el 11% vive en la zona Poniente, y el 3% habita en la zona Centro. Respecto al número de personas que viven nuestros sondeos hayamos que el 66 % vive con 1 persona a 4 personas. Para hacer más ilustrativo lo anterior a continuación presentamos las gráficas.

---

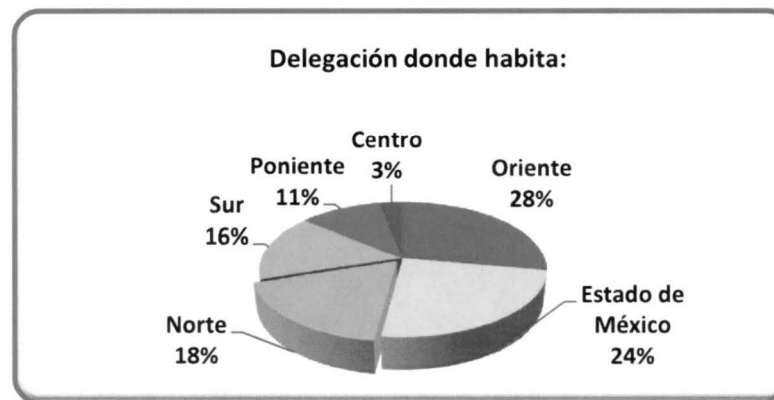
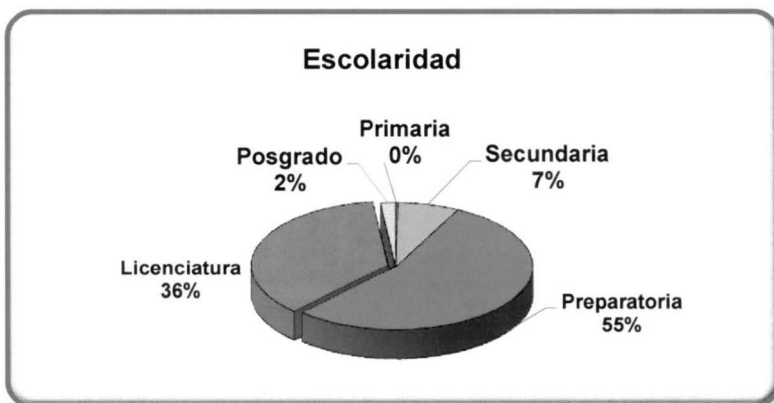
**ANEXO 6**

**Gráficas demográficas y socioeconómicas de la población encuestada.**



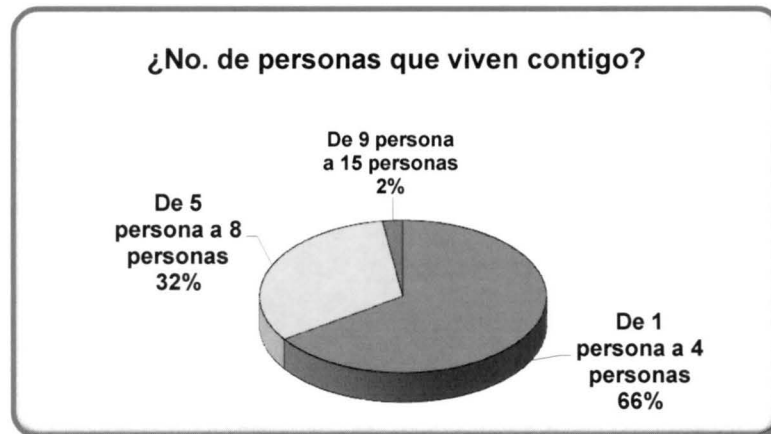
**ANEXO 6**

**Gráficas demográficas y socioeconómicas de la población encuestada.**



## ANEXO 6

Gráficas demográficas y socioeconómicas de la población encuestada.



## A N E X O 6

### **Tema: Homosexualidad en la familia y el entorno social.**

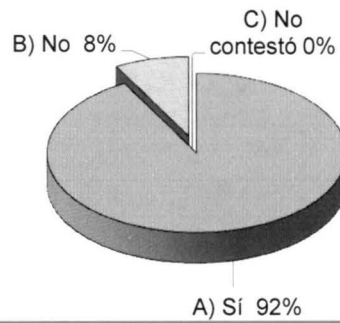
En cuanto a la temática de homosexualidad en la familia y en el entorno social los resultados mostraron que el 92% acepta conocer a personas homosexuales, y el 30% acepta tener un familiar gay o lesbiana en su familia, y el 79% cuenta con amigos y amigas homosexuales. Por otra parte, el 73% menciona no tener enemigos homofóbicos, y el 25% acepta si tener enemigos homofóbicos mientras que el 2% omitió su opinión.

En cuanto a la opinión de los encuestados encontramos que el 36% considera a la homosexualidad como un tipo de orientación sexual y el 30 % considera que es un tipo de orientación sexual normal, para el 26% cree que es un tipo de orientación sexual diferente. A lo que respecta al acoso el 64% dijo que en algunas ocasiones ha sido acosado(a) por un(a) homosexual. Sin embargo, este dato contrasta con que el 95% de la población encuestada niega que nunca ha sido maltratado(a) por un (a) homosexual. El 88% de los encuestados dijeron que jamás han acosado a un(a) homosexual, y el 9% acepto que alguna vez sí ha acosado por un (a) homosexual mientras que el 3% no respondió. A lo que respecta al maltrato por parte de los heterosexuales hacia los homosexuales encontramos que el 44% acepta que alguna vez ha maltratado a un(a) homosexual. Para hacer más ilustrativo lo anterior a continuación presentamos las gráficas.

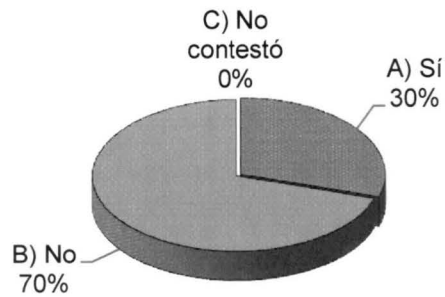
**ANEXO 6**

**Tema: Homosexualidad en la familia y en el entorno social.**

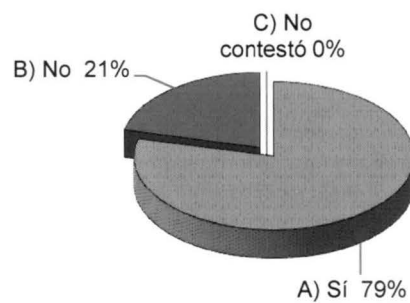
**1- ¿Conoces a personas homosexuales?**



**2.- ¿Tienes familiares homosexuales?**



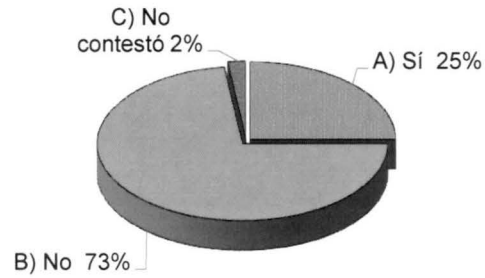
**3. ¿Tienes amigos homosexuales?**



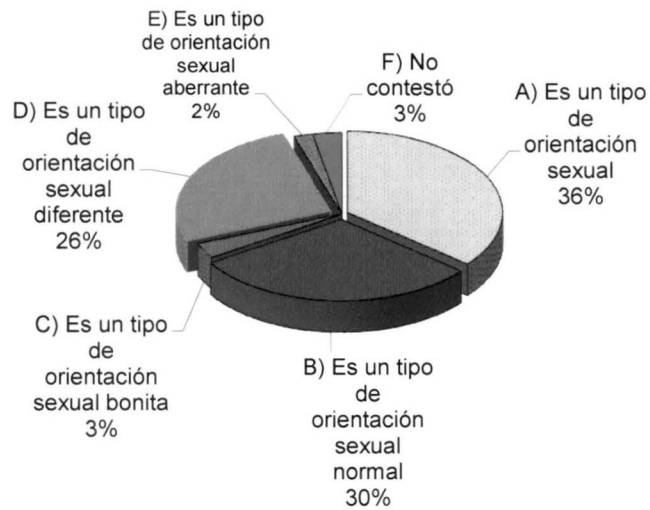
**ANEXO 6**

**Tema: Homosexualidad en la familia y en el entorno social.**

**4.- ¿Tienes enemigos homosexuales?**



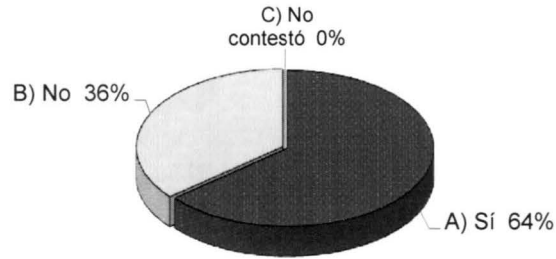
**5.- ¿Que opinas de la homosexualidad?**



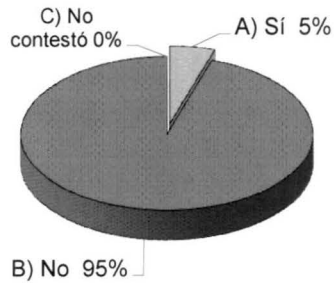
**ANEXO 6**

**Tema: Homosexualidad en la familia y en el entorno social.**

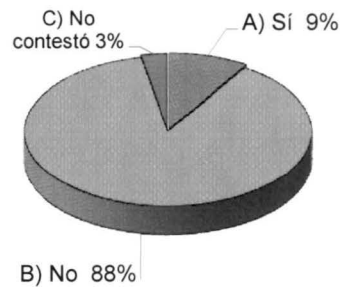
**6.-¿Alguna vez te has sentido acosado (a) por un(a) homosexual?**



**7.- ¿Alguna vez te has sentido maltratado(a) por un(a) homosexual?**

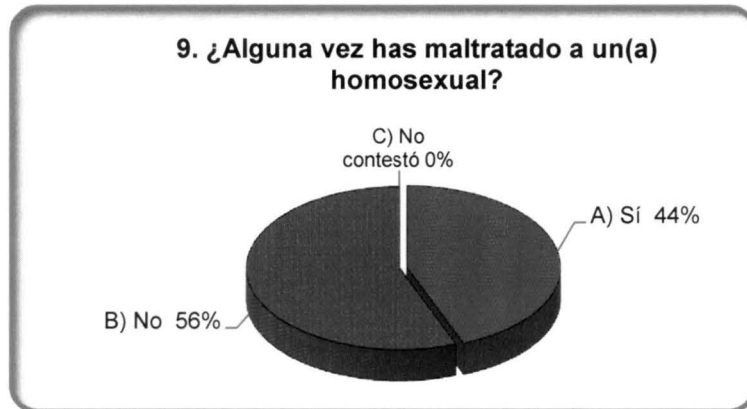


**8.- ¿Alguna vez has acosado a un(a) homosexual?**



## ANEXO 6

Tema: Homosexualidad en la familia y en el entorno social.



## A N E X O 6

**Tema:** Percepción sobre la homosexualidad

En cuanto a la percepción social que tienen los heterosexuales hacia los homosexuales es que el 69% opina que se les debe tolerar y sólo el 22% dijo que se les debe respetar, aunque el 73% de los heterosexuales consideran que ninguna de las preferencias sexuales homosexuales (femenina y masculina) es aceptada como normal. Respecto a la aceptación de la homosexualidad dentro de la sociedad mexicana el 76% de los heterosexuales rechazan a la homosexualidad mientras que el 74% considera reprochable a la homosexualidad.

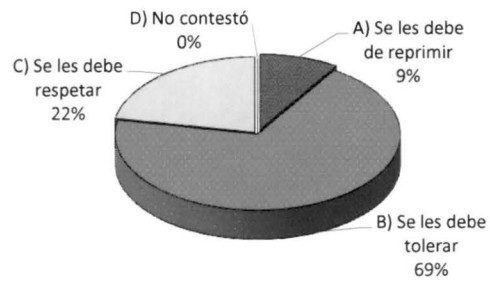
Como un dato relevante dentro de esta investigación encontramos que los heterosexuales opinan que sus ideas sobre los homosexuales provienen mayormente de la religión siendo este el 26%, mientras que el 23% proviene de la familia, el 20% procede de los medios de comunicación, y el 16% de sí mismo y el 15% proviene de la influencia de las amistades. Estos datos arrojados de la encuesta nos permiten observar claramente que las personas encuestadas no tienen un criterio propio sobre al entorno a los homosexuales ya que sus ideas sobre la homosexualidad no son propias, es decir, son influenciadas.

En cuanto a las respuestas obtenidas en la pregunta abierta *¿Cómo definirías a un(a) homosexual?*, obtuvimos que el 18% de la población encuestada no respondió a esta pregunta, y el 14% opino que un homosexual es una persona con una orientación diferente, y el 12% definió a los homosexuales como personas normales, y el 8% definió a los homosexuales como personas atraída por su mismo sexo, y el 6% opino que los gays son personas diferentes, y el 6% dijo que son personas con una preferencia sexual, y el 5% menciono que son persona que les gusta su mismo sexo, y el 4% dijo que son personas con los mismos derechos que cualquier otro, y el 4% respondió que los gays son personas respetables, y el 3% define a los homosexuales como personas buena ondas, cariñosa y linda, y el 2% dijo que los homosexuales son personas que nacieron en cuerpos equivocados, y el 2% dijo que son seres humano iguales y comunes, y el 2% dijeron que son personas libres, y el 2% considera a los homosexuales como personas afeminadas, estereotipos y putos, y el 2% considera a los homosexuales como individuos con necesidades diferentes a las establecidas por la sociedad, y el 2% opino que son mujeres en un cuerpo de un hombre, y el 1% los define como persona incomprendida por la sociedad por falta de educación, y el 1% opina que son personas con tendencias hacia su mismo sexo, y el 1% dijo que son personas con tendencias hacia su mismo sexo, y el 1% afirmo que son personas iguales a la heterosexuales, y el 1% menciono que son personas que se distingue por su forma de ser, comportarse, vestir y hablar actuando como el sexo opuesto, y el 1%, dijo que personas con otros genes, y el 1% expreso que son personas que busca su propia identidad, y el 1% considera que son personas con un título de vida, mientras que el 1% opino que son personas con preferencia sexual por su mismo sexo que están desubicado. Para hacer más ilustrativo lo anterior a continuación presentamos las gráficas.

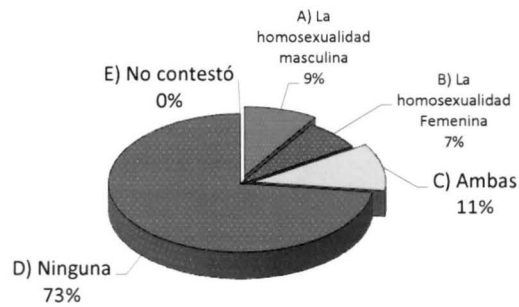
## A N E X O 6

### Tema: Percepción sobre la homofobia.

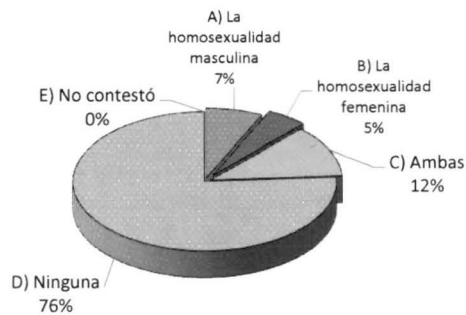
#### 10. A los homosexuales:



#### 11. Consideras normal:



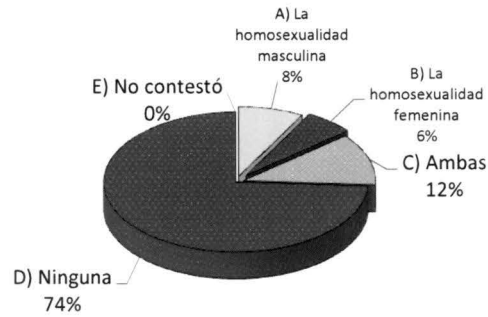
#### 12. Consideras aceptable:



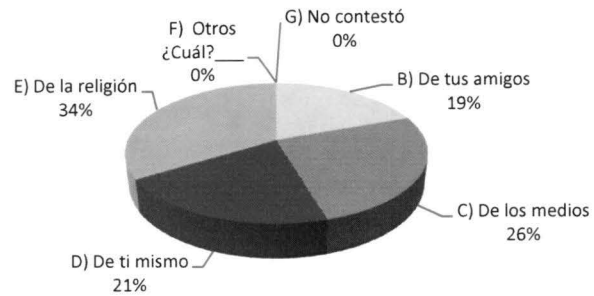
**A N E X O 6**

**Tema: Percepción sobre la homofobia.**

**13. Consideras reproable:**



**28.-Tus ideas sobre los homosexuales provienen mayormente de:**





**A N E X O 6****Tema: Violencia y agresión**

Como un tercer tema encontramos la violencia y la agresión que ejercen los heterosexuales hacia los homosexuales. Dentro de este cuestionario indagamos a nuestros encuestados homosexuales para conocer si han sufrido violencia a causa de su preferencia sexual por lo que el 49% respondió haber sufrido violencia, el restante 38% afirma no haber sido víctima de ningún tipo de violencia. Sin embargo, esta mayoría que señaló ser víctima de algún tipo de agresión física y / o emocional. El 45% menciono que ha sufrido violencia verbal, y el 45% dijo haber sido víctima de violencia física. Cabe destacar que la violencia física ejercida en contra de los homosexuales es mayor que la violencia verbal y psicológica. Dicha violencia se manifiesta mayoritariamente en el entorno público que representa el 43%, en el seno familiar la violencia es representada con el 22%, 20% dijo ser agredido en el ámbito escolar y el restante 15% expresó haber sido víctima en el ámbito laboral. Así mismo, la violencia proviene mayormente de los heterosexuales que representan el 82%, y el 18% de otros homosexuales. Por otra parte la gran mayoría de homosexuales se sienten culpables por asumir su orientación sexual esto es representa por el 57% mientras que el 43% acepta su orientación sexual sin culpabilidad. A lo que respecta a las faltas de respeto por parte de los heterosexuales el 61% de la población encuestada refiere que a causa de su orientación sexual los heterosexuales los agraden poniéndoles sobrenombres o apodos (violencia verbal).

Dentro de las agresiones verbales por parte de los heterosexuales hacia los homosexuales son muy frecuentes ya que los resultados muestra que el 71% siempre se han sentido agredidos por palabras despectivas como son: puto, mariquita, maricón, puñal, tortillera, levi's, joto, afeminado, cachagranizo, coyon, indesente, punal, loco, desviado, enfermo, soplanucas, muerde almohadas, mujercita, vestida, pecador, pervertido, invertido, mariposón, gallina, sodomita, niña, inmoral, lilo, pederasta y anomal etcétera, y el 29% de los encuestados expresaron sentirse agredidos algunas veces por las groserías de las personas. En cuanto a la agresión física el 64% señala que alguna vez han sido agredidos con piedras, botellas y otros objetos para lastimar su integridad física. Resulta importante señalar que el 52% de los encuestados comenta haber sufrido algún tipo de violencia por exhibir públicamente su afecto y mientras que el 44% refiere que algunas veces ha sido violentado por demostrar sus afectos.

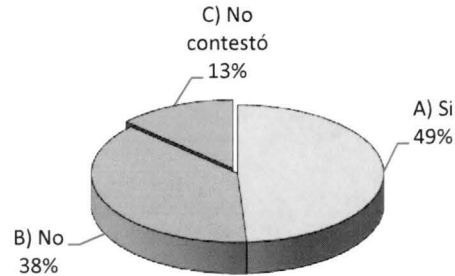
Así mismo, concluimos que la segunda parte del cuestionario fue respondida por hombres homosexuales que representan el 15%, y el 13% pertenece a las personas bisexuales mientras que el 5% es representado por las mujeres que se asumen como lesbianas. (consultar gráficas)

---

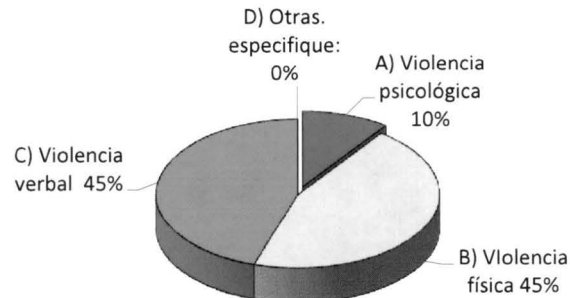
**A N E X O 6**

**Tema: Violencia y agresión.**

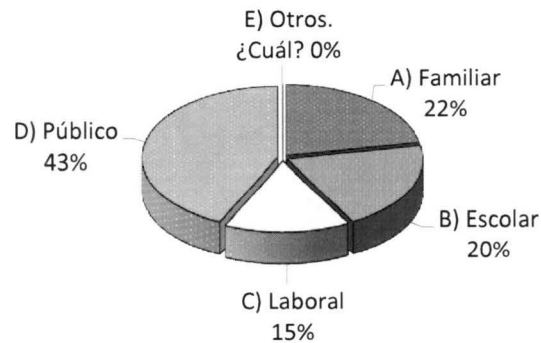
**33. ¿Has sufrido violencia a causa de tu preferencia sexual?**



**34.- En caso de contestar afirmativamente, ¿Qué tipo de violencias has sufrido?**



**35.- ¿Mayormente en qué ámbitos?**



**A N E X O 6**

**Tema: Violencia y agresión.**

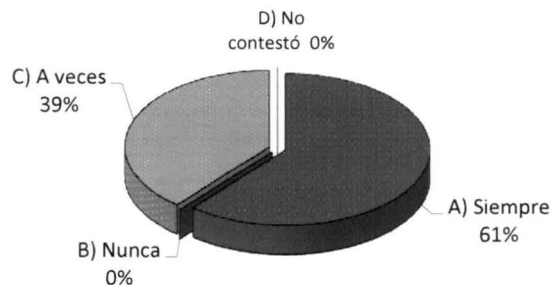
**36.- ¿De quiénes ha provenido mayormente la violencia?**



**37. ¿Alguna vez te haz sentido culpable por tu preferencia sexual?**



**38.- Te han puesto sobrenombres o apodos a causa de tu preferencia sexual:**



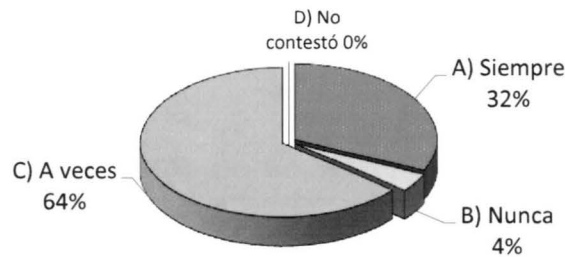
**A N E X O 6**

**Tema: Violencia y agresión.**

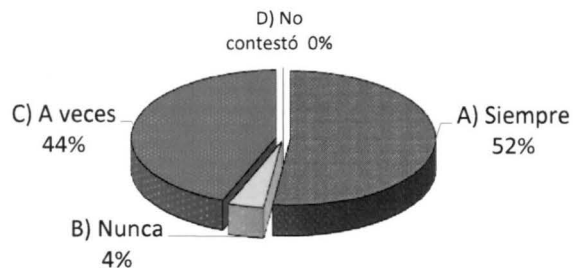
**39. ¿Alguna vez te haz sentido agredido por palabras despectivas como son: puto, maricón, puñal, tortillera, etc?**



**40. ¿Alguna vez te han agredido con piedras, botellas o otro objeto para lastimar tu integridad física?.**



**44.- ¿Haz sufrido algún tipo de violencia por exhibir públicamente tu afecto?**



## A N E X O 6

**Tema:** Discriminación en el ámbito familiar y social

A lo que respecta a la orientación sexual, el 10% de nuestros encuestados respondió que sólo su familia conoce sobre su homosexualidad. En cuanto a la aceptación sobre su orientación sexual por parte de sus padres los encuestados respondieron que el 75% de sus padres (madre y padre) rechazan su orientación. Asimismo, el 54% de los encuestados comentaron que en más de alguna vez, se han sido discriminados por asumir su orientación sexual, mientras que el 46% respondió que sólo en algunas veces se ha sentido discriminado. Como dato relevante encontramos que casi el 100% de los homosexuales ha sido víctima de actos discriminatorios por parte de los heterosexuales.

A lo que respecta al tema de la exclusión las encuestas revelaron que el 43% se ha sentido excluido por su orientación sexual y el 44% opinó que a veces es excluido. Los datos relevantes de esta pregunta muestran claramente que los homosexuales son excluidos por asumir orientación sexual.

Por otra parte el 47% mencionó que alguna vez se ha sentido agredido por asumir su orientación sexual, mientras que el 32% dice siempre sentirse agredido. Como podemos ver los gays, lesbianas, travestis, transtóxicos y transexuales son blancos fáciles para ejercer cualquier tipo de violencia.

El 50% de los encuestados consideran que algunos heterosexuales tienen tratos indignos y denigrantes hacia los homosexuales y lesbianas, mientras que el 45% opina que siempre tiene un mal trato por parte de los heterosexuales y el restante 5% menciona que casi nunca ha sido víctima de maltrato por un heterosexual. Estos datos revelan y contrastan con los resultados obtenidos ya que para los homosexuales los tratos indignos no son considerados como discriminación.

Cabe resaltar que el 48% considera que las personas homosexuales siempre tienen tratos indignos y denigrantes hacia los heterosexuales y lesbianas, y el 46% mencionó que sólo algunas veces los gays y lesbianas tienen tratos indignos y denigrantes, y el 6% restante dijo que no consideran que a los gays y lesbianas se les maltrate y mucho menos se les denigre.

También podemos observar que el 88% de la población heterosexual encuestada nunca han denunciado un acto discriminatorio en contra de homosexuales o lesbianas.

De igual manera indagamos a la población homosexual que si alguna vez han denunciado un acto discriminatorio que hayan sufrido en carne propia por lo que el 78% afirmó que nunca ha sufrido en carne propia un acto discriminatorio. Mientras que el 18% dijo que algunas veces ha denunciado y el restante 4% menciona si haber denunciado un acto discriminatorio.

En cuanto a la opinión de la población homosexual, el 84% opina que es necesaria la reivindicación social y públicamente los derechos humanos de homosexuales y lesbianas. Para hacer más ilustrativo lo anterior a continuación presentamos las gráficas.

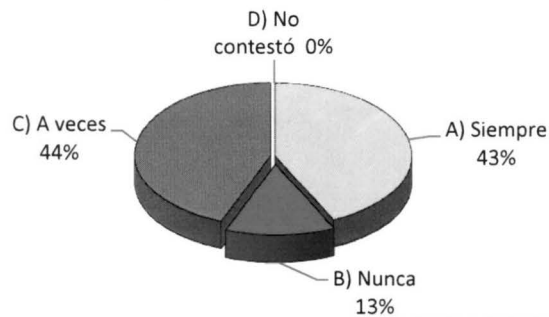
## A N E X O 6

Tema: Discriminación en el ambito familiar y social.

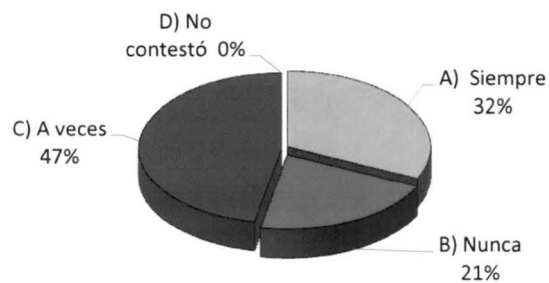
41.- ¿Alguna vez te has sentido discriminado por tu preferencia sexual?



42.- ¿Alguna vez te has sentido excluido por tu preferencia sexual?



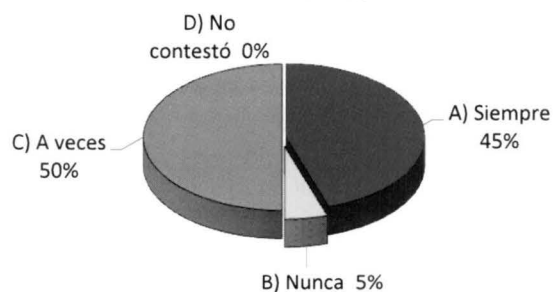
43.- ¿Alguna vez te haz sentido agredido por asumir tu preferencia sexual?



**A N E X O 6**

**Tema: Discriminación en el ambito familiar y social.**

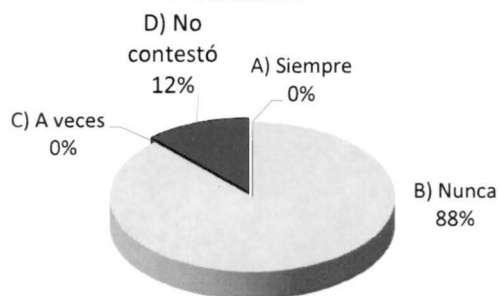
**46.- ¿Consideras que algunas personas heterosexuales tienen tratos indignos y denigrantes hacia los homosexuales y lesbiana?**



**47.- ¿Consideras que algunas personas homosexuales tienen tratos indignos y denigrantes hacia los homosexuales y lesbianas?**



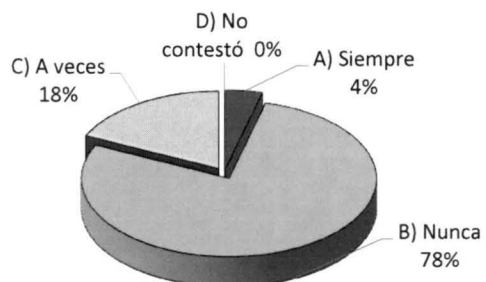
**48.- ¿Alguna vez has denunciado un acto discriminatorio contra homosexuales o lesbianas?**



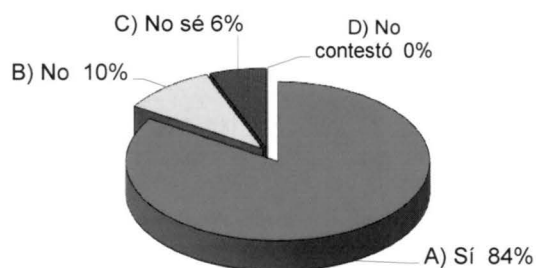
## A N E X O 6

**Tema: Discriminación en el ambito familiar y social.**

**49.- ¿Alguna vez has denunciado un acto discriminatorio que hayas sufrido en carne propia?**



**58.-¿Consideras necesario reivindicar social publicamente los derechos humanos de homosexuales y lesbianas?**



## A N E X O 6

**Tema: Homofobia.**

Para los heterosexuales, el significado de las palabras homofobia y lesbofobia es desconocido sólo el 5% dijo conocer el significado de ambas palabras, mientras que el 20% omitió su opinión acerca del significado de estas palabras. Es importante señalar que la homofobia y lesbofobia son palabras desconocidas para la población encuestada.

Debido a este desconocimiento el 70% considera a la homofobia como algo normal, el 17% opina que es algo inaceptable, el 6% cree que es algo necesario, el 6% como algo injusto, y el restante 1% como algo imprescindible. Quizás al desconocimiento de homofobia y lesbofobia el 82% los encuestados niegan conocer a personas homofóbicas, y el 14% acepta sí conocer a personas homofóbicas, y el 4% no respondió. Así mismo el 82% niega tener algún familiar homofóbicos, y el 18% acepta tener familiares homofóbicos y el 4% no respondió. De igual manera indagamos a los encuestados que si tienen amigos (as) homofóbicos (as) por lo que el 82% dice no tener amigos (as) homofóbicos (as) y el 18% acepta si tener amigos (as) homofóbicos (as).

Como un dato importante indagamos a los encuestados que si tienen enemigos homofóbicos por lo que respondió el 73% no tener enemigos, y el 25% acepta si tener enemigos homofóbicos mientras que le 2% omitió su opinión. Es importante señalar que los encuestados no tienen los conocimientos apropiados para reconocer quienes son los homofóbicos además de desconocen que es la homofobia y lesbofobia.

El 33% opina que a los homofóbicos se les que les debe tolerar, y el 33% opino que se los debe respetar, y el 21% dijo que se los debe reprimir, y el restante 13% omitió su opinión. Dentro de nuestra sociedad, las personas homofóbicas tienden a ejercer todo tipo de violencia de lo más normal dentro de la vida cotidiana sin embargo, a pesar de nadie puede violentar a alguna persona su conducta es permitida y no es sancionada.

Por otra parte, el 90% de los encuestados considera que hay homofobia en la sociedad mientras que el 7% considera que no hay homofobia, y el restante 3% no contesto. Es impresionante que el 90% de la población encuesta refiera que diariamente esté presente en su vida cotidianamente este presente la homofobia.

El 77% de la población encuestada cree que la homofobia en México es un problema social, mientras que al mismo tiempo el 71% de la población lo considera un problema cultural.

A continuación presentamos los resultados obtenidos de las tres causas que generan sentimientos y actitudes homofóbicas en nuestros encuestados. A continuación presentamos los resultados de la primera opción. La discriminación con un 8%, seguido a esto la falta de información sobre el tema de la homosexualidad siendo este el 8%, el 7% considera como actitud homofóbica la violencia, el 6% considera otra actitud homofóbica el acoso a homosexuales, el 5% considera que el machismo es una actitud homofóbica, y el 5% opina que el rechazo es un sentimiento homofóbico, el 5% cree que el miedo es otra actitud, el 5% dice que son las creencias religiosas, el 4% dijo que esta actitud es el odio a los homosexuales, y el 4% cree que esos sentimientos se deben a la ignorancia, el 3% opina que los sentimientos se generan por las influencias de la sociedad y la educación familiar, el 3% dijo que este mismo sentimiento se debe a que las personas homofóbicas son homosexual reprimidos, y el otro el 3% dice que esas personas homofóbicas son personas que tienen traumas y que por eso generar esos sentimientos. Así mismo el 25% no emitió opinión en esta primera pregunta. En estos resultados confirman que para las personas homosexuales su sobre vivencia en nuestra sociedad es difícil debido las siguientes causas como son: la discriminación, la violencia, el acoso, el machismo, el rechazo, las creencias religiosas, el odio, la ignorancia y la educación familiar que factores que construyen sentimientos y actitudes homofóbicas.

En la segunda opción los encuestados opinaron que los sentimientos homofóbicos lo generan la violencia verbal siendo este el 11% por ciento, el 8% la discriminación, el 7% la intolerancia hacia los homosexuales, 7% a las creencias que se enseñan en el hogar, el 6% el odio a los gays y lesbianas, 5% a la ignorancia, el otro, el 3% opina que es el miedo, y el 3% opina que se debe al machismo, 3% dice que se debe este sentimiento al acoso por parte de los homofóbicos, el 3% dijo esas actitudes son por las creencias religiosas, el 2% menciona que se debe a la inseguridad, y el 2% a la represión, y el 2% a la baja autoestima, y el 2% a las personas de mente cerrada, y el 1% es por los trastornos psicológicos, y el restante 9% son clasificados con otros, y el 26% no contestó a esta segunda opción.

En la tercera opción los encuestados opinaron que los sentimientos homofóbicos se debe principalmente a la violencia que es el 7%, y el 6%, a la ignorancia y el 5% opina que los sentimientos homofóbicos son por las actitudes machistas, y el 5% tiene actitudes homofóbicas porque discriminan, y el 5% dijo que se debe a la intolerancia, el 4% dice es por los medios de comunicación, y el 4% considera que es por la educación tradicionalista, y el 4% dijo que son los prejuicios, y el 4% dice que es el odio y el 3% opina que estos sentimientos se generan por que las persona homofóbicas fue abusada sexualmente, y el 3% dice que estas persona homofóbicas acosan a los homosexuales, y el 3 % opina que esta actitud son por la religión, y el 3% dice que dentro de esas actitudes esta el maltrato a los homosexuales, y el 2% dijo que es por el miedo hacia los gays y lesbianas, el 3% de las actitudes son las agresiones verbales, y el 2% de opina que esto es por la exclusión, y el 1% opina que este sentimiento es por la falta de información y el 3% se refiere a otros sentimientos y el 35 % no respondió a esta última opción.

---

Indagamos a los encuestados que si han presenciado actos de homofobia por lo que el 58% dice que ha presenciado actos homofóbicos de un heterosexual hacia un(a) homosexual, y el 24% afirma que ha presenciado actos homofóbicos de un(a) homosexual hacia un heterosexual, y el 12% no respondió, mientras que el 6% dijo que ha presenciado actos de un(a) homosexuales y otro(a) homosexual.

Por otra parte, el 89% de los encuestados no se consideran homofóbico (a), el 9% acepta ser homofóbico (a), y el 2% no contestó.

A lo que respecta a la opinión de los encuestados sobre el tema de la homofobia sus ideas en cuanto el tema provienen mayormente de la religión siendo este el 39%, y el 18% proviene la familia, y el 17% procede de los medios de comunicación (televisión, radio y medios impresos etc.) y el 16% proviene de las ideas de uno mismo y el restante 10% proviene de las influencias de las amistades. En cuanto los resultados obtenidos las opiniones están divididas, ya que la homofobia proviene de diversos sectores el más representativo se encuentra en la religión y posteriormente en la familia después en los medios de comunicación, en las ideas que se tiene de uno mismo y de las influencias sociales.

En cuanto a la segunda pregunta abierta *¿Cómo definirías a un(a) homofóbico (a)?*, obtuvimos que el 19% de las personas encuestadas no respondieron, y el 9% considera a los homofóbicos (as) como personas intolerantes, y el 8% define a los homofóbicos (as) como personas ignorantes, y el 6% opino que son personas a quien le da miedo la homosexualidad, y el 5% opina que los homofóbicos (as) son personas que reprime, y el 5% definió a los homofóbicos (as) como personas que odia a los homosexuales, y el 4% menciono que los homofóbicos (as) son personas que no sabe respetar, y el 4% dijo que los homofóbicos (as) son personas que niega y rechaza a los homosexuales, y el 4% opino que los homofóbicos (as) son personas machistas, y el 4% dijo que los homofóbicos (as) son personas desinformadas y sin cultura, y el 3% menciono que los homofóbicos (as) son personas normales, y el 3% expreso que los homofóbicos (as) son personas con mente cerrada, y el 2% opino que los homofóbicos (as) son personas sin criterio, y el 2% menciono que los homofóbicos (as) son personas con prejuicios, y el 2% dijo que los homofóbicos (as) son personas con traumas y frustraciones, y el 2% mencionaron que los homofóbicos (as) son personas que humillan y critican, y el 2% opino que los homofóbicos (as) son personas con fobias hacia los homosexuales, y el 2% opino que los homofóbicos (as) son personas con problemas sociales y existenciales, y el 2% opino que los homofóbicos (as) son personas con miedo contribuido de la sociedad, y el 1% considera a los homofóbicos (as) como personas que está enferma, y el 1% opina que los homofóbicos (as) son personas mala onda, y el 1% opina que son personas payasas, groseras, agresivas, pedantes, idiotas, y el 1% dijo que los homofóbicos (as) son persona que no les gusta ver gente con su mismo sexo, y el 1% opino que son personas con ideas influenciadas por la sociedad, y el 1% considera a los homofóbicos (as) como personas sin razonamiento y sin aceptación a si mismo, y el 1% opina que los homofóbicos (as) son personas que sienten temor o disgusto contra los homosexuales, y el 1% menciono

que a los homofóbicos (as) son personas que tiene pavor al ver gente homosexual, y el 1% opino que los homofóbicos (as) son personas que no acepta la homosexualidad de otros, y el 1% dijo que a los homofóbicos (as) son personas que tiene asco a los gays, y el 1% opina que los homofóbicos (as) son personas que discrimina mientras que el 1% dijo que a los homofóbicos (as) son personas que no acepta a lo normal en la realidad.

La población homosexual, en cambio, opinó con el 69% que a veces se ha sentido humillado o ridiculizado por personas que rechazan homosexuales y lesbianas, mientras que el 23% opinó que siempre se ha sentido humillado y ridiculizado, y el restante 8% dice nunca sentirse humillado y ridiculizado. Con frecuencia a las personas homosexuales se ridiculiza y humilla simplemente por su orientación sexual. Estos encuestados también consideran que los medios de comunicación han reforzado la homofobia y lesbofobia en algunos programas de T.V. donde los cómicos ridiculizan y estereotipan a los homosexuales y lesbianas por lo que el 64% cree que siempre refuerzan a la homofobia y lesbofobia, y el restante 36% considera que algunas veces los medios refuerzan a la homofobia y lesbofobia. Como lo indica esta encuesta los programas cómicos de Televisión son los que ridiculizan y estereotipan a los gays a través de chistes y burlas a quienes tienen una orientación distinta a la mayoritaria.

Por otra parte el 78% de la población encuestada dijo que alguna vez, en su vida cotidiana ha sido víctima de homofobia o lesbofobia a lo que respecta al 22% mencionó que sólo alguna vez ha sido víctima. De igual manera el 78% dijo conocer a alguna persona que haya sido víctima de homofobia o lesbofobia mientras que el 22% negó conocer a alguna persona víctima de homofobia o lesbofobia.

El 22% de los encuestados consideran que la sociedad mexicana el ser homosexual o lesbiana es significado de discriminación, y el 20% selecciono todas las opciones (indiferencia, odio, maldad, crueldad, frialdad, rechazo, discriminación y exclusión), y el 18% dijo que es significado de exclusión, y el 13% opinó que es significado rechazo, y el 10% afirmó que es significado frialdad, y el 9% mencionó que es significado de odio, y el 4% dice que es significado de maldad y el restante 1% cree que es significado de crueldad.

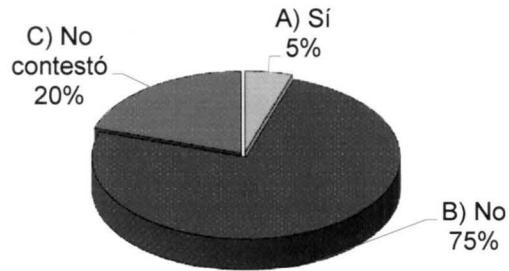
En la opinión de los encuestados indagamos para conocer quiénes son más homofóbicos (as). Los resultados fueron los siguientes el 56% que son más homofóbicos son los hombres, el 22% cree que ambos (hombres y mujeres), el 12% dijo que ninguno de ambos sexos, y el 10% opinó que las mujeres. Retomando la anterior pregunta nuestro interés es saber cuál es el rango de edad de las personas que consideran nuestros encuestados son más homofóbicos. Y como resultado obtuvimos que el 28% son jóvenes, el 27% adultos, 21% adolescentes, 13% niños, y el restante 11% pertenece a los adultos mayores.

Asimismo en esta secuencia de preguntas retomamos a los lesbofóbicos para saber quiénes son más lesbofóbicos y los resultados destacan que 53% son hombres, el 26% piensa que son ambos sexos 20% opino que las mujeres, y el 1% que ninguno. En cuanto a la edad consideran nuestros encuestados que el 28% dijo que son los adultos, mientras que el 25% mencionó que los jóvenes, en cuanto al 23% adolescentes, el 12% piensa que son los niños y por último el 12% apunta a los adultos mayores.

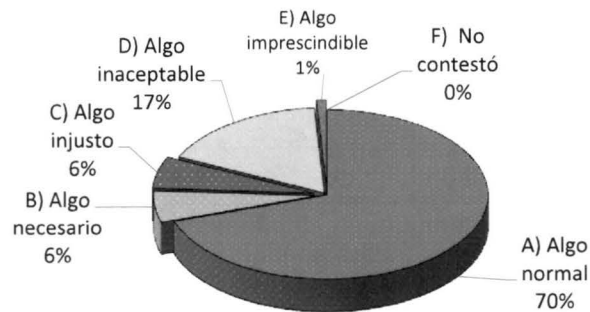
A N E X O 6

Tema: Homofobia

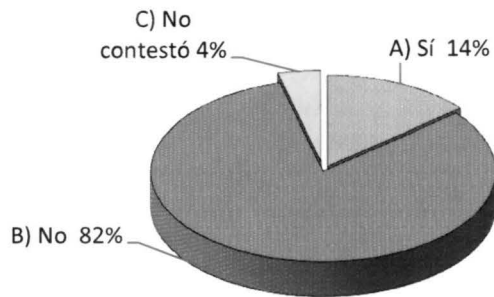
14. ¿Sabes lo que es la homofobia /  
lesbofobia?



15. Consideras a la homofobia:



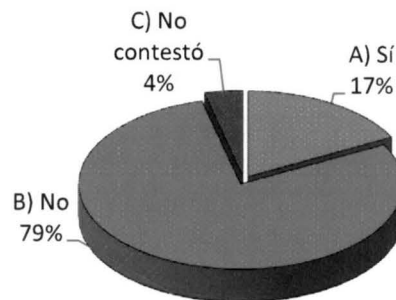
16.-¿Conoces personas homofóbicas?



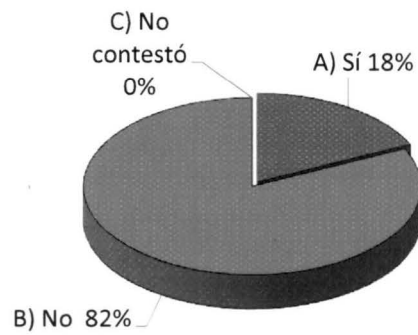
## A N E X O 6

## Tema: Homofobia

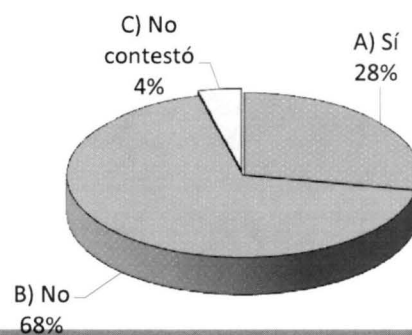
## 17. ¿Tienes familiares homofóbicos?



## 18. ¿Tienes amigos (as) homofóbicos?



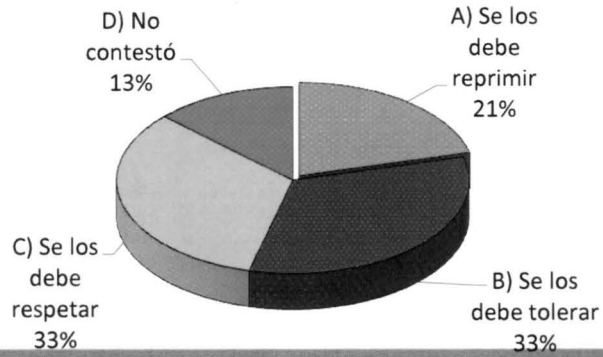
## 19. ¿Tienes enemigos homofóbicos ?



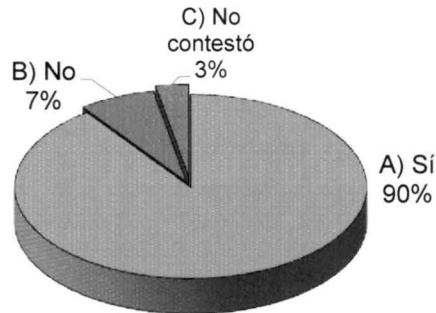
A N E X O 6

Tema: Homofobia

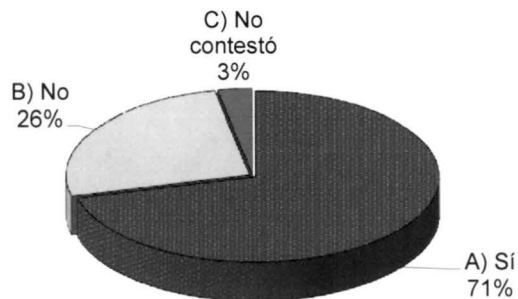
20. A los homofóbicos:



21.-¿Crees que hay homofobia en la sociedad?



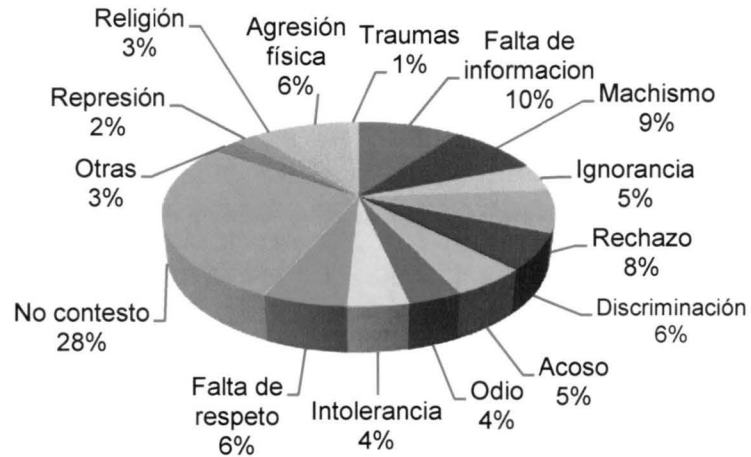
23.- ¿Crees que la homofobia en México es un problema cultural?



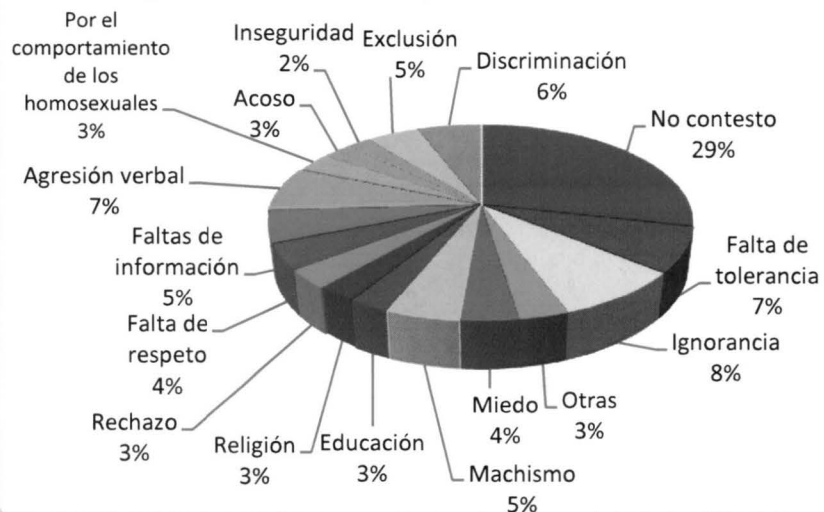
A N E X O 6

Tema: Homofobia

**24.- Menciona una primera causa que a tu juicio genere sentimientos y actitudes homofóbicas:**



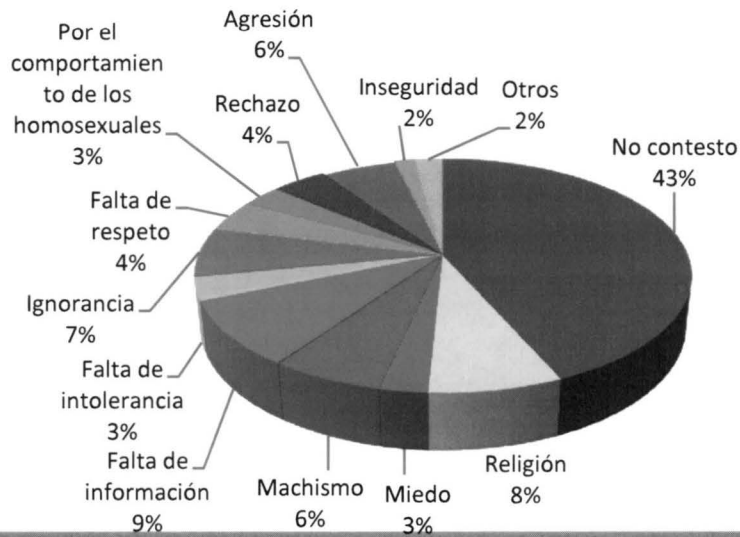
**24.- Menciona una segunda causa que a tu juicio genere sentimientos y actitudes homofóbicas:**



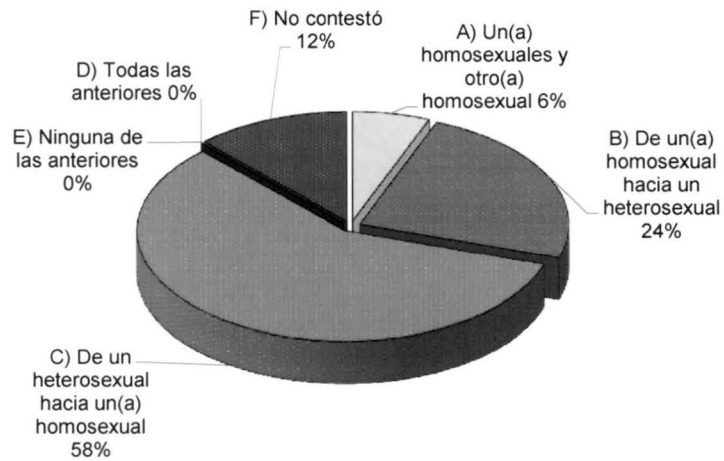
A N E X O 6

Tema: Homofobia

24.- Menciona una tercera causa que a tu juicio genere sentimientos y actitudes homofóbicas:



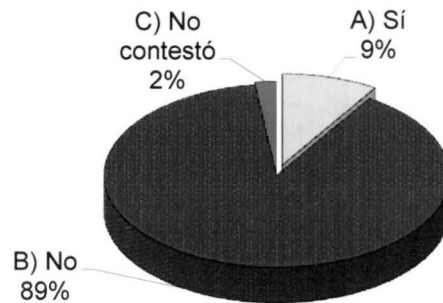
25. Has presentado actos de homofobia entre:



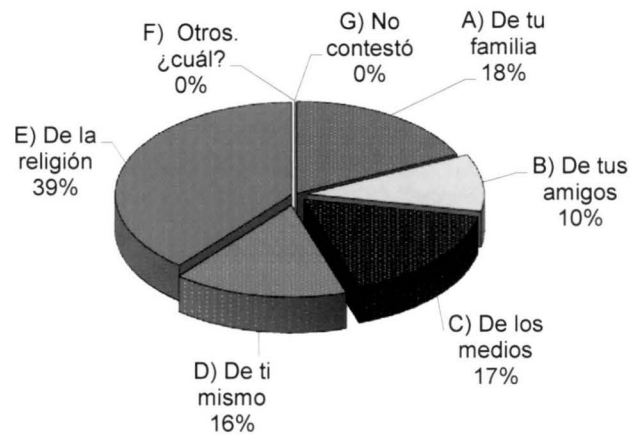
## A N E X O 6

## Tema: Homofobia

26. ¿Te consideras una persona homofóbica (os)?

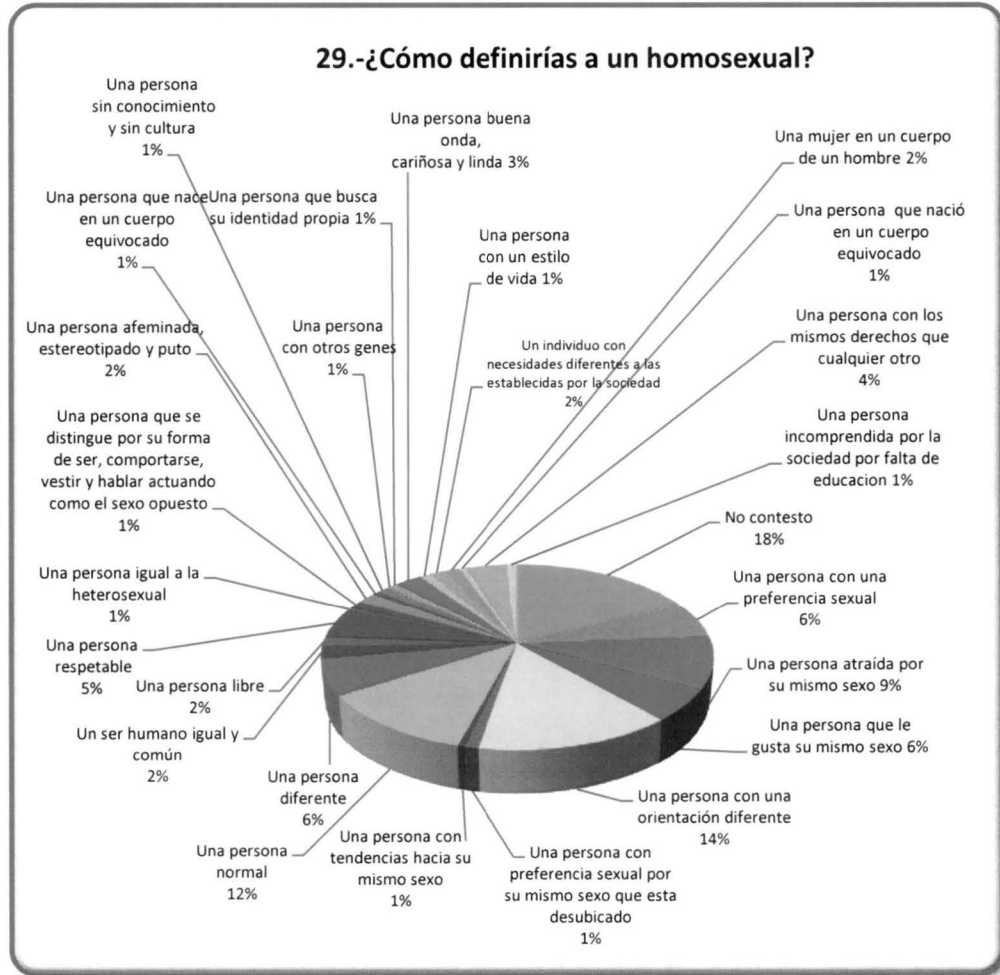


27. Tus ideas sobre la homofobia provienen mayormente:



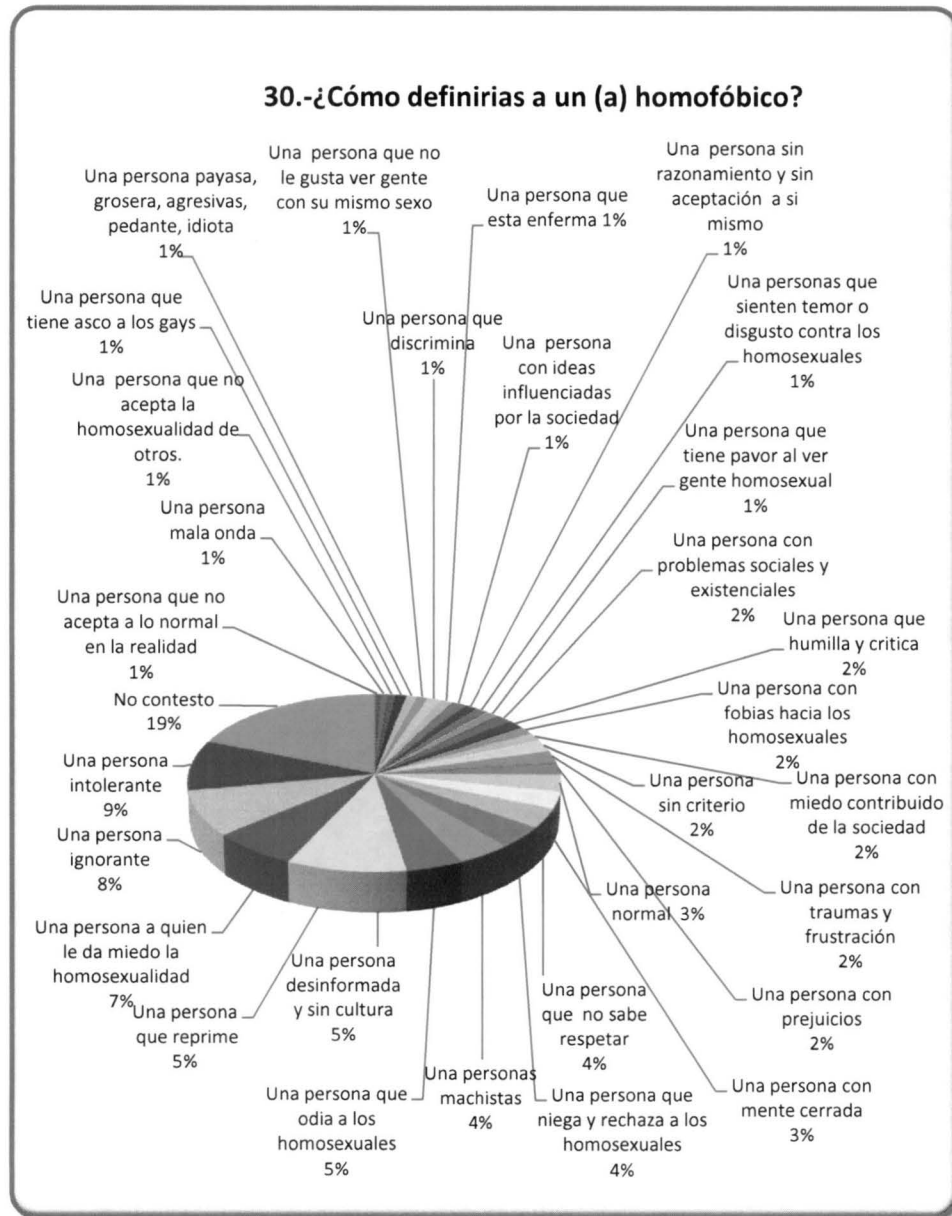
A N E X O 6

Tema: Homofobia



A N E X O 6

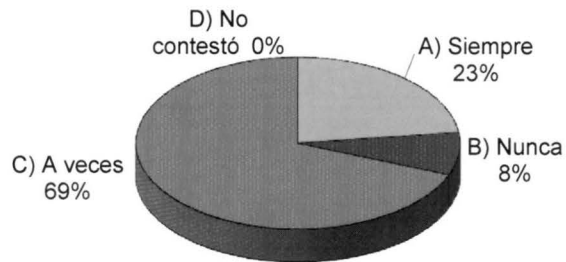
Tema: Homofobia



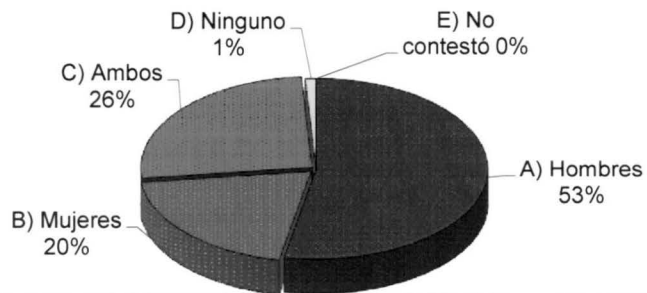
A N E X O 6

Tema: Homofobia

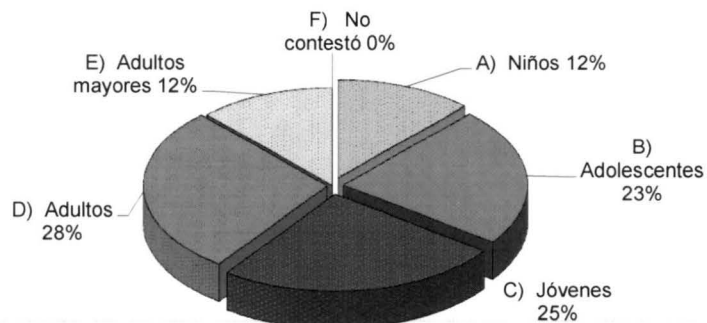
**50.- ¿Alguna vez te haz sentido humillado por personas que rechazan homosexuales y lesbianas?**



**56.- En tu opinión ¿Quiénes son más lesbofóbicos?**



**56.1.- ¿Qué rango de edad?**



## A N E X O 6

### **Tema: Derechos humanos y justicia social**

El 56% de la población encuestada prefirió no responder cuando se indago sobre su orientación sexual, mientras que el 22% mencionó que sus padres no conocen sobre su orientación sexual y el restante 12% dijo que sus padres conocen parte de su homosexualidad o lesbianismo, mientras que el 10% acepta que sus padres conocen sobre su orientación sexual. Es importante señalar que más de la mitad de la población encuestada prefiere ocultar su homosexualidad en su seno familiar.

A lo que respecta a la aceptación de la orientación sexual, por parte de sus padres los encuestados respondieron que el 75% de sus padres no acepta que su hijo sea gay o lesbiana, y el 10% dijo que sus padres aceptan su orientación sexual y el 10% no respondió, mientras que el 5% dice que solamente uno de sus padres sabe acerca de su orientación sexual teniendo como conocimiento las madres y hermanas (os) de los encuestados.

Referente al tema de los maltratos por parte de las autoridades a propósito de la orientación sexual de los homosexuales, el 71% considera que la atención hacia ellos es de manera poco respetuosa, y el otro 21% dijo que la atención y el trato no es nada respetuoso, y el 5% considera que el trato es respetuoso y el restante 3% opino que es muy respetuoso. En cuanto al maltrato hacia los homosexuales por parte de las autoridades tiende hacer diferente como al que debería ser sin embargo, la atención no es igual como a la de cualquier ciudadano, ya que la atención e interrelación cambia por el simple hecho de ser homosexual.

En cuanto al tema de derechos humanos el 75% de la población encuestada considera que los derechos humanos de los homosexuales y lesbianas en la sociedad mexicana son violados, y el 15% no respondió sobre este tema, y el restante 10% dice

no saber si son violados sus derechos. Cabe mencionar que a partir de estos resultados las minorías sexuales en nuestro país sus derechos humanos no son respetados.

A lo que respecta al conocimiento e información acerca de la diversidad sexual. El 90% de los encuestados considera que la sociedad mexicana necesita contar con mayor información sobre la diversidad sexual para empezar a cambiar la forma de pensar sobre los homosexuales y lesbianas, y el 4% cree que sea necesario y el sobrante 6% no sabe si es necesario tener mayor información sobre la diversidad sexual. Estos datos son evidentes ya que la mayoría de los encuestados consideran que es necesario que se impartan clases sobre educación sexual, quizás sea la mejor forma de evitar falsos prejuicios para quien tiene una orientación distinta a la heterosexualidad.

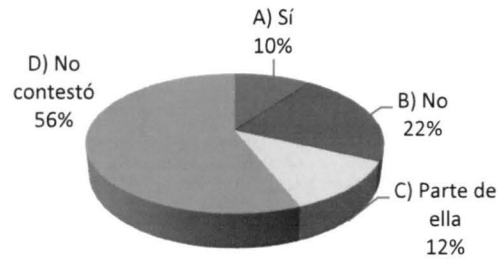
Es interesante notar que el 83% opino que es importante concientizar a la sociedad para que respete los derechos humanos, derechos sexuales de las personas homosexuales y lesbianas, y el 2% considera que no es necesario y el restante 15% refiere no tener conociendo sobre este tema. Y en cuanto a la opinión de realizar una campaña publicitaria que pueda ayudar a concientizar a la sociedad mexicana para que respete los derechos humanos, derechos sexuales de las personas homosexuales y lesbianas el 85% considera necesario, y el 11% dijo no saber acerca de este tema y el restante 6% menciona saber respecto al tema.

La comunidad LGBTTT opino que una campaña de marketing social puede ayudar a concientizar a la sociedad mexicana en el fomento del respeto y la tolerancia hacia la comunidad lésbico-gay dando por resultado el 85%, mientras que 11% dijo no saber, y el 6% no opino al respeto. Para la gran mayoría de los encuestados consideran que una manera de reivindicar sus derechos es impulsar campañas que apelen a la defensa de sus derechos humanos y proporcionar más información para que la sociedad cambie su percepción hacia la homosexualidad. Para hacer más ilustrativo lo anterior a continuación presentamos las gráficas.

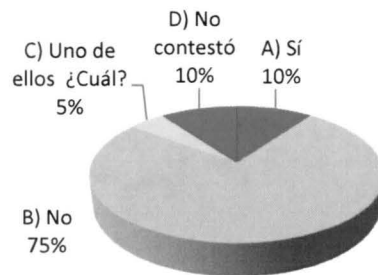
A N E X O 6

DERECHOS HUMANOS Y JUSTICIA SOCIAL.

31.-¿Tu familia conoce tu preferencia sexual?



32.-¿Tus padres aceptan tu preferencia sexual?



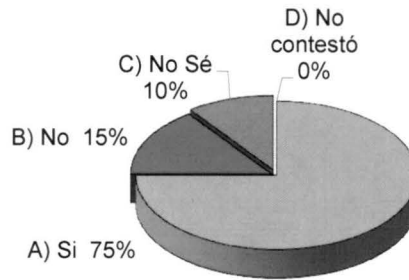
45.-¿Cómo ha sido el trato de las autoridades referente a tu preferencia sexual?



A N E X O 6

DERECHOS HUMANOS Y JUSTICIA SOCIAL.

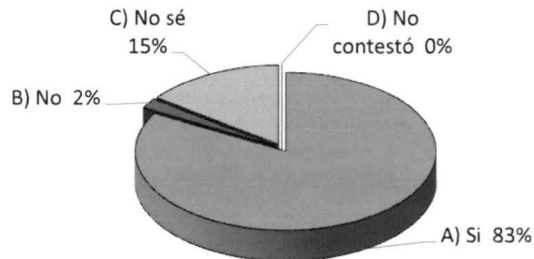
57.- ¿Consideras que se violan los derechos humanos de los homosexuales y lesbianas en la sociedad mexicana?



59.- ¿Consideras que la sociedad mexicana necesita contar mayor información sobre diversidad sexual para empezar a cambiar su forma de pensar sobre los homosexuales y lesbianas?



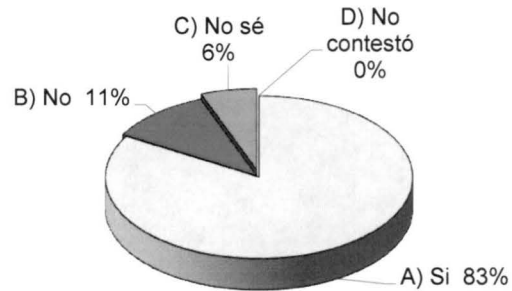
60.- ¿Consideras importante concientizar a la sociedad para que respete los derechos humanos, derechos sexuales de las personas homosexuales y lesbianas?



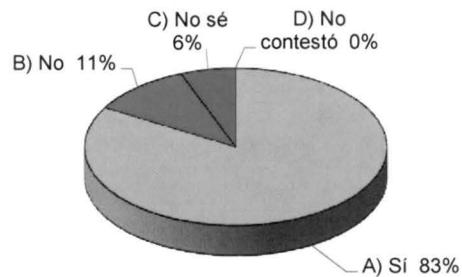
A N E X O 6

DERECHOS HUMANOS Y JUSTICIA SOCIAL.

**61.- ¿Consideras que una campaña publicitaria puede ayudar a concientizar a la sociedad mexicana para que respete los derechos, derechos sexuales de las personas homosexuales y lesbianas?.**



**62.- ¿Consideras que una campaña publicitaria puede ayudar a concientizar a la sociedad mexicana en el fomento del respeto y la tolerancia hacia la comunidad lésbico-gay?**



## A N E X O 7

Democracia y sexualidad cuenta con 26 representantes estatales como filiales a nivel república mexicana siendo estas las siguientes:

### **AGUASCALIENTES**

Apuros, Asociación de Derechos Humanos de Aguascalientes, ADHA, Asociación para la Educación de Derechos Humanos, AEDH, Centro de Capacitación para el Desarrollo Comunitario, A.C.(CECADEC), Centro para el Desarrollo de la Mujer, A.C.(CEDEMAC), Colectivo Sergay A.C., Diversa, Agrupación Política Nacional, Capítulo Aguascalientes

Educación y sexualidad (EDUCASEX), Fundación Aguascalientes de Lucha contra el Sida, A.C.(FALCONS), Hombre contemporáneo, A.C., Instituto Superior de Educación Sexual, A.C.(ISES) y Milenio feminista Aguascalientes, Mujer Contemporánea, Renacer,(FRENPAVIH).

### **BAJA CALIFORNIA**

Alaide Foppa, Grupo de Mujeres de Ensenada, Lilith, A.C., Centro de Mujeres, A.C., Coahuila: Asociaciones de la 3ª. Edad "Feliz Atardecer", Eux Arte y Sida, A.C., Madres Solas Musas, Fuerza de Mujeres Unidas, Red Contra la Violencia de Género y Red de Mujeres de La Laguna.

### **CHIAPAS**

Frente Nacional de Personas afectadas por el VIH, de Chiapas, Frenpavih- Chiapas, Fundación Chiapaneca para la Salud Integral, A.C. (FUNDASAI), Fundación Mexicana Para Planeación Familiar, Mexfam-Chiapas, Grupo Frontera, Hospital Margaritas, Instituto Científico de Investigación y Desarrollo de la Frontera Sur, A.C. (NFROSUR), Una mano amiga, Alternativas de Capacitación y Desarrollo Comunitario, A.C. (ALCADECO), Centro de Atención a la Mujer Trabajadora, A.C. (CAMT), Centro de Orientación y Asesoría Sexual, S.C. (CEORASEX), Colectivo Germen de Ekidad, Fátima, Institución de Beneficencia Privada, Hombres por Relaciones de Género Igualitarias, Menores en Circunstancias Difíciles (MECIDI) y Visión Demográfica Responsable, A.C.

### **DISTRITO FEDERAL**

Acción Educativa por la Salud Sexual, A.C. (Acciones), Adivac, A.C., Afluentes, A.C., Amigos Contra el Sida A.C. , Aprendo, me divierto y sigo viviendo UGA, A.C., Asociación Mexicana de Educación Sexual A.C. (AMES), Asociación Mexicana de Profesionales en Educación y Salud, A.C. (AMPESS), Aproase, A.C., Balance, Promoción para el Desarrollo y Juventud, A.C., Católicas por el Derecho a Decidir, A.C. , Centro de Capacitación y Apoyo Sexológico Humanista (CECASH), Coalición de Jóvenes por el Respeto a la Diversidad Sexogenérica, Compañeros en ayuda Voluntaria Educativa, A.C., "Ave de México", Consorcio para el Dialogo Parlamentario, la Equidad, el Armario Abierto, S.A. de C.V., Elige, Red de Jóvenes por los Derechos Sexuales y Reproductivos, A.C., Fundación Mexicana para la Lucha Contra el Sida, A.C., Fundación Mexicana para la Planeación Familiar, A.C. (MEXFAM), Genes, Instituto de Género y Salud Sexual, S.C., Grupo de información en Reproducción Elegida, A.C. (GIRE), Grupo Interdisciplinario de Sexología A.C., (GIS), Imifap, Educación, Salud y Vida, Instituto de Liderazgo Simone de Beauvoir, (ILSB), La Manta de México, A.C., Letra "s", Salud, Sexualidad y Sida, Salud Integral para la Atención a la Mujer, A.C. (SIPAM), Consultoría en Desarrollo Social, S.C., (THAIS) y Yaocihuatl, A.C.

### **DURANGO**

Frente Nacional de Personas Afectadas por el VIH/Sida, Frenpavih, Durango y Fundación Mexicana para la Planeación Familiar, A.C. (Mexfam-Durango).

**ESTADO DE MEXICO**

Asociación Mexiquense Humanista de Sexualidad, A.C., Colectivo Existencia Libre, Colectivo de Mujeres y Hombres por los Derechos Sexuales, A.C., Codensex, Delfé-delfos, A.C., Fundación Mexicana para la Planeación Familiar, Mexfam- Atizapán, Tlalnepantla y Psicosexología Integral Humanista.

**GUANAJUATO**

Alternas, Servicio Creativos en comunicación, Casa de Apoyo a la Mujer A.C., Centro de Organización y Desarrollo Integral de la Mujer A.C. (CODSIMAC), Centro las Libres, de Información en Salud Sexual, A.C., Milenio Feminista Región Centro, Centro para los Adolescentes de San Miguel de Allende (Casa de San Miguel de Allende), Desarrollo Rural de Guanajuato, A.C., Fidepo, vld. San Gabriel, Fundación de Apoyo Infantil, A.C. (FAIGTO), Fundación Mexicana para la Planeación Familiar A.C. Mexfam Guanajuato, Pesquicia, Mujer y Sociedad, Proyecto Laubach de Alfabetización en México, A.C. y Frente Auténtico del Trabajo, A.C.

**GUERRERO**

Acapulco contra el sida (ACASIDA), El Significado de Vivir. Grupo de Autoapoyo, IMSS - Acapulco, Frente Nacional de Personas Afectadas por el VIH de Guerrero (FRENPAVIH - Guerrero), Fundación Mexicana para la Planeación Familiar, A.C., Mexfam-Guerrero, Grupo de Amigos con VIH/Sida, A.C., (GAVIH), Grupo Universitario de Psicología, Instituto "Jaime Torres Bodet", Instituto Superior de Sexología Humanista, (INSUSEXH) y Lucha por la Vihda Taxco.

**HIDALGO**

Centro de Estudios en Sexualidad y Familia (CESFAM) y Grupo de Mujeres "Cihuatl, A.C.

**JALISCO**

Azomalli, A.C., Camaki, Grupo de Jóvenes Emprendedores, Centro de Educación y Atención en la Salud y la Sexualidad (CEASS), Club Osos Tapatíos, Colectivo Ollín, Colegio Mexicano de Sexología y Educación Sexual, Diversa, Colectivo Lésbico-gay, Frente Nacional de Personas Afectadas por el VIH de Jalisco, Frenpavilh- Jalisco, Grupo Diversidad Sexual, Homo Sapiens Sapiens, A.C., Iglesia de la Comunidad Metropolitana "La Santa Cruz", Lazos Unidos por la Vihda, A.C., Patlatonalli, A.C., "Equidad para Vivir, Diversidad para Convivir y Unión Nacional de Amigos Gay (UNAG).

**MICHOACÁN**

Centro de Estudios y Desarrollo por la Equidad y Diversidad en las Relaciones de Género, A.C., (CEDER), Centro de Promoción para Equidad entre los géneros "María Luisa Martínez", A.C., Colectivo de Educación y Formación Integral para la Salud, A.C. (CEFIS), Coord. Nal. de Mujeres y Organizaciones Civiles por un Milenio Feminista, Comunidad Educativa Acuitzio, A.C., Convihve, A.C., Educación y Servicio Comunitarios, A.C., (ESECO), Fundación Mexicana para la Planeación Familiar A.C. (Mexfam -Michoacán), Grupo Interdisciplinario de Apoyo a la Educación (GIAE), Jóvenes Comunicólogos en Michoacán, A.C., La Mestiza, A.C., Michoacanos por la Salud y Contra el Sida, A.C., Milenio feminista Michoacán, OSAT y Red Nacional de Abogadas Feministas en Michoacán.

**MORELOS**

Centro de Apoyo a la Trabajadora Doméstica, A.C. (CATDA, A.C.), Centro de Desarrollo Integral, Salud y Educación Sexual de Cuernavaca, CETLALIC, A.C., Escuela Alternativa de Español, Comunicación, Intercambio y Desarrollo Humano en América Latina, A.C. (CIDHAL), Consejo Cultural Cuautla, A.C., Cultura Joven, A.C., Frente Nacional de Personas Afectadas por el VIH, de Morelos (FRENPAVIH-Morelos), Grupo c d 4 Juntos por Amor A.C. y Grupo de Investigadoras en Sexualidad Adolescente.

**NUEVO LEON**

Ciudadanos en Apoyo a los Derechos Humanos, A.C. (CADHAC), Escuela Bernardo A. Grouccelt, A.C., Genero, Ética y Salud Sexual (GESS), Iglesia de la Comunidad Metropolitana de Monterrey, Instituto de Sobrevivientes del Sida, A.C., Marcha Mundial de Mujeres 2000, Nuevo León, Pacto Plural de Mujeres y Prosalud sexual y reproductiva, A.C. (PROSSER).

**OAXACA**

Centro de Estudios para la Mujer y la Familia, A.C., (CEMYF) y Colectivo Bini laanu, Gunaxhi Guendanabani, Ama la Vida, A.C.

**PUEBLA**

Centro de Estudios para el Desarrollo Rural, Promoción y Desarrollo, A.C. (CESDERPRODES), Fundación Mexicana para la Planeación Familiar, A.C. ( Mexfam -Puebla) y Sociedad de Estudios para la Sexualidad Humana, A.C.

**QUERETARO**

Asociación Queretana de Educación para la Sexualidad, A.C., (AQUESEX, AC), Católicas por el Derecho a Decidir, Querétaro, Centro para el Desarrollo del Potencial Humano, (CREASER), Circulo de Diversidades Sociales (CDS), Colectivo filoz, Diversa, Agrupación Política Nacional, Querétaro, Ecodiversa, Foro cultural "Tarumba", (FCT), Ronda Ciudadana en Querétaro y Salud y Género, A.C.

**QUINTANA ROO**

Aids, Quintana Roo, A.C., Asociación Nacional de Existencia Digna A.C. UNESCO, Cancerología de Quintana Roo, Centro Integral de Atención a la Mujer y a sus hijos, Comisión de los Derechos Humanos, A.C. de Quintana Roo, Comité Unión Fraternidad y Amor, Ejecutivo Nacional para Jóvenes de México, A.C., Estas Mujeres, A.C., Fundación Caribe, A.C., Grupo de Hombres de Cancún, Mujeres Trabajando por las que Menos Tienen, A.C., Profesionales de las Ciencias Penales, A.C., Protégeme, A.C. y Servicios, Educación, Sexualidad y Salud.

**SAN LUIS POTOSÍ**

Amigos Potosinos en Lucha Contra el Sida, A.C., Centro de Enfermeras y Apoyo a la Mujer, Colegio de Salud Pública de San Luis Potosí, A.C., Consejo Estatal de Organismos no Gubernamentales de San Luis Potosí, A.C., Fundación Mexicana para la Planeación Familiar (Mexfam- San Luis Potosí), Gabinete de Enfermeras y Centros de Orientación (GECO), Grupo Lésbico de San Luis Potosí, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, Campus San Luis Potosí, Instituto Temazcalli, Maternidad sin Riesgo, S.L.P., Mujer, Igualdad y Lucha, A.C, Otra Oportunidad, A.C., Red de Jóvenes de San Luis Potosí, Sociedad de Ginecología y Obstetricia de Cd. Valles y Sociedad Potosina de Salud pública.

**SINALOA**

Asociación Sinaloense de Salud Sexual, A.C.,(ASISSEX), Asociación Sinaloense de Pacientes con Lupus, A.C., (ASPALUPUS), Coespo Sinaloa, Fundación Mexicana para la Mujer,(FUMUJER), Foro Nacional de Mujeres y Políticas de Población, A.C., Grupo de Mujeres Activo 2000, Iris, Instituto de las Mujeres y el Liderazgo en Sinaloa, A.C., Instituto de Terapias Sistémica Shalom y Mujeres Sinaloenses en acción (MUSA).

**SONORA**

Acción Comunitaria contra el Sida, I.A.P. (ACCSIDA, I.A.P.), Asociación Sonorense para la Salud Reproductiva, A.C.( Mexfam –Sonora), Centro de Educación para la Equidad y Género, A.C. (CEDEG, A.C.), Colectivo Acción Reivindicativa, Fusión Sexual, Grupo de Jóvenes de la S.S.S. "Teresa Urrea", Colectivo "La Fragua", Grupo de Mujeres Jóvenes de Obregón, Hijas de Lilith, Hombres por la Equidad, Mujeres Arriba, Programa Salud y Sociedad, El Colegio de Sonora, Radio Bemba Fm, Réquiem al Tabú y Red Fronteriza de Salud y Ambiente, A.C.

**TABASCO**

Agrupación Mi Pequeño Sol y Colectivo de Asesores, Brigada Tabasco, Equipo Técnico de Trabajo Integral Comunitario por Redes, A.C. (ETTICOS, A.C.) y Macucos, A.C. por la Vida.

**TAMAULIPAS**

Colectivo para el Estudio e Investigación en Sociedad Humana (CEISH) y Prosalud Sexual y Reproductiva, A.C. (PROSSER) Tampico.

**TLAXCALA**

Fundación Humanista para la Educación, Salud Sexual y Prevención de VIH/Sida, A.C. Fundación Mexicana para la Planeación Familiar, A.C. (Mexfam –Tlaxcala) y Unión Democracia Huamantla, AC. (UDHAC).

**VERACRUZ**

Colectivo Feminista Cihuatlahtolli, Colectivo Feminista de Xalapa, Frente Nacional de Personas Afectadas por el VIH, (FRENPAVIH, Veracruz), Haceres, Salud y Género, A.C. y Servir, Xochiquetzal, Centro de Estudios Sociales, A.C.

**YUCATAN**

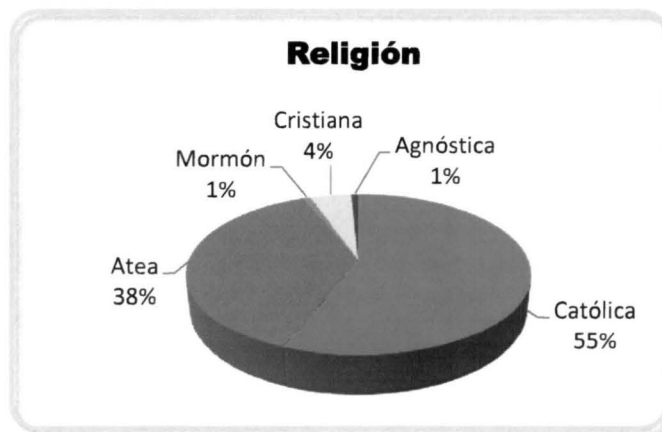
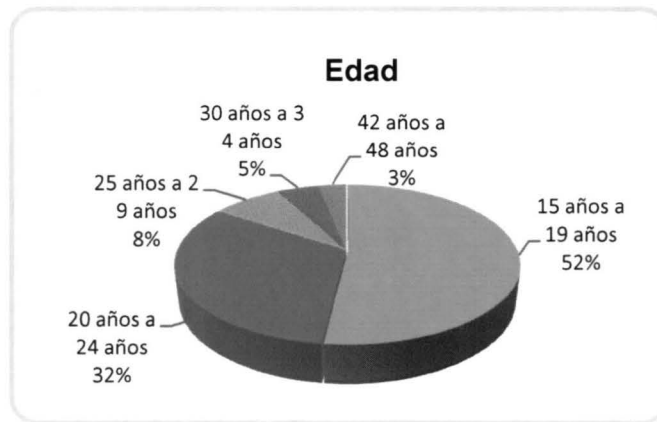
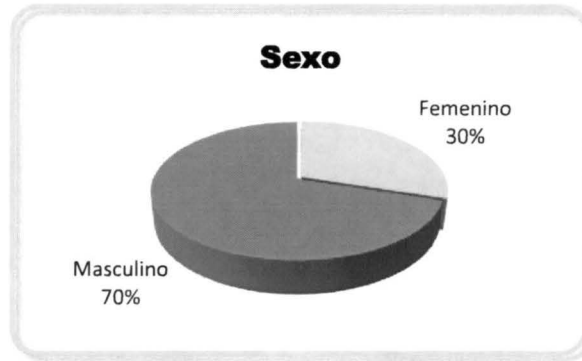
Buenas Intenciones, A.C., Consejo Nacional de Cuerpos de Conservación Mexicanos, A.C., Cuerpos de Conservación de Yucatán, A.C., Diversa, Asociación Política Nacional, Equidad Política, A.C., Red de jóvenes de UNASSE, Unidad de Atención Psicológica, Sexología y Educativa, A.C. (UNASSE) y Vivir con Dignidad, A.C.

**ZACATECAS**

Centro Contra la Violencia en Zacatecas, A.C., Colegio de Abogados, Zacatecas, A.C., Diversa, Asociación Política Nacional A.C., Fundación Mexicana para la Planeación Familiar, A.C. (Mexfam – Zacatecas) y Transición 2000, A.C.

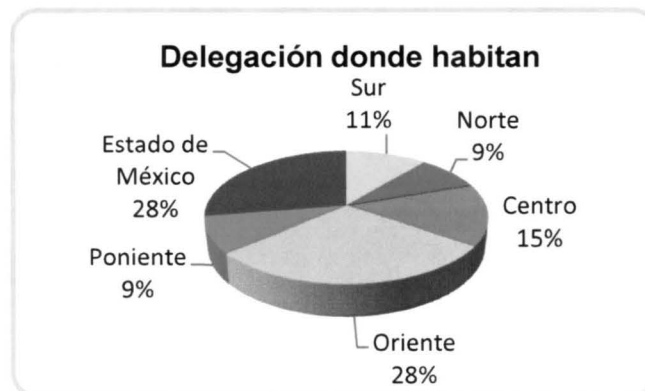
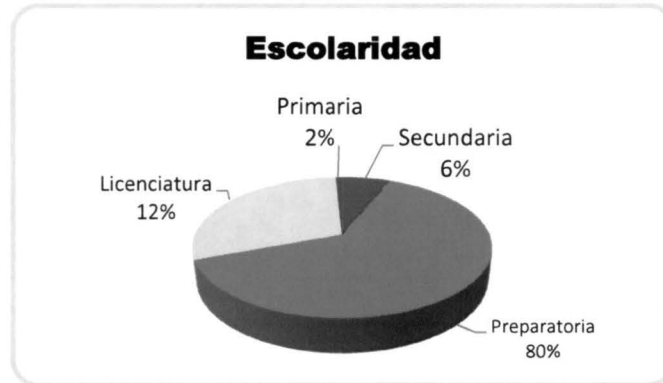
**A N E X O 8**

**Gráficas socioeconómicas y psicográficas de la población beneficiaria.**



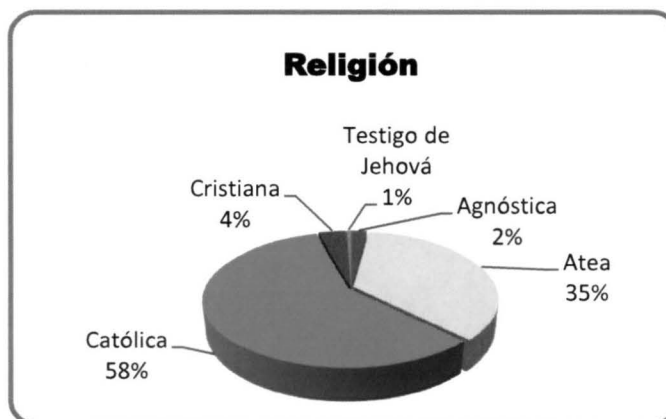
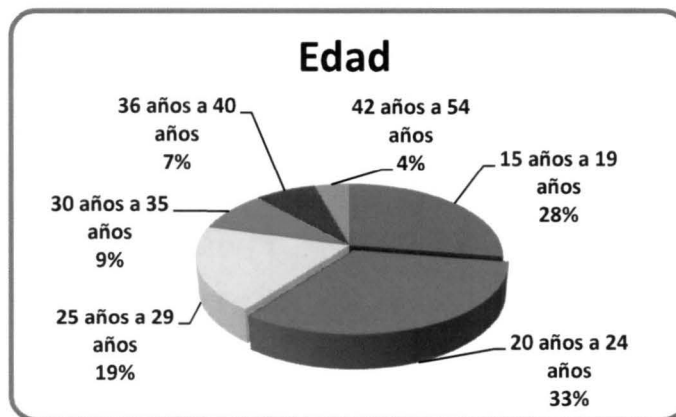
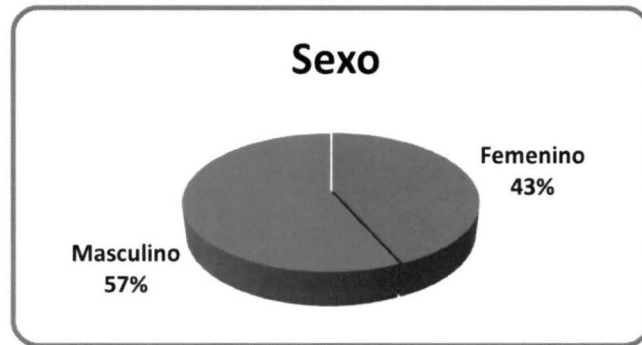
**A N E X O 8**

**Gráficas socioeconómicas y psicográficas de la población beneficiaria.**



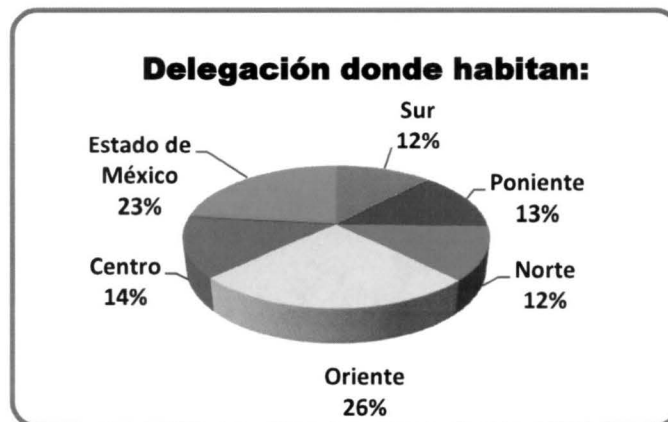
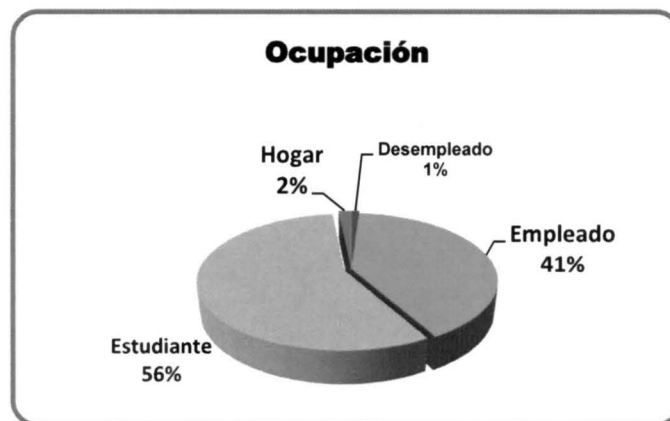
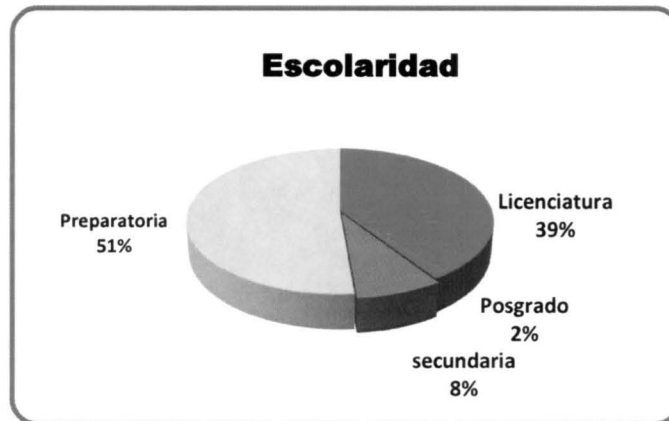
A N E X O 9

Descripción de los perfiles demográficos y socioeconómicos del público objetivo.



A N E X O 9

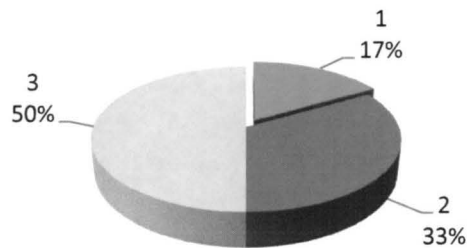
Descripción de los perfiles demográficos y socioeconómicos del público objetivo.



A N E X O 10

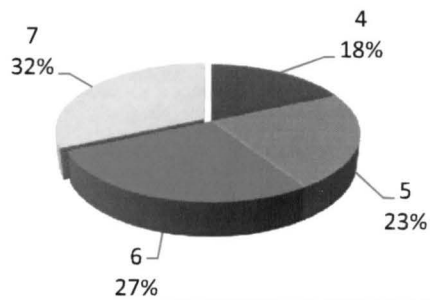
**Cuestionario Evaluación de prueba.**

**A partir de haber observado la postal mostrada  
1.-¿Qué tanto usted logra comprender que es  
la homofobia?**



Entre 1, 2, 3, poca comprensión.

**A partir de haber observado la postal mostrada  
1.-¿Qué tanto usted logra comprender que es  
la homofobia?**

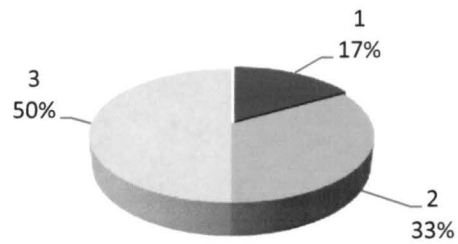


Entre 4, 5, 6, 7, mucha comprensión.

A N E X O 10

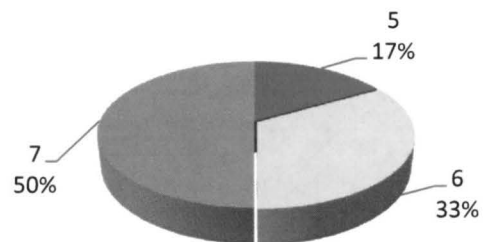
**Cuestionario Evaluación de seguimiento**

**A partir de haber observado la postal mostrada  
1.-¿Qué tanto usted rechaza a los homofóbicos?**



Entre 1, 2, 3, poco rechazo.

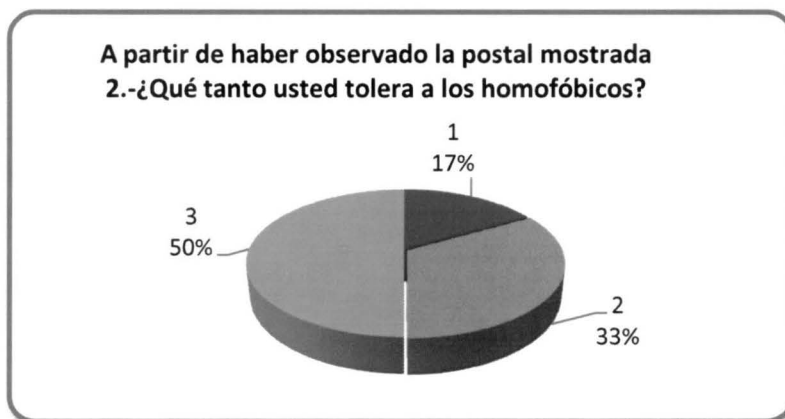
**A partir de haber observado la postal mostrada  
1.-¿Qué tanto usted rechaza a los homofóbicos?**



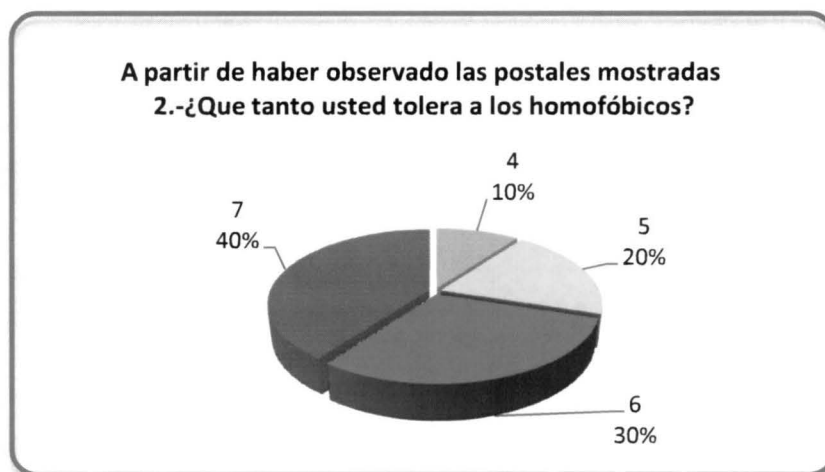
Entre 5, 6, 7, mucho rechazo.

A N E X O 10

**Cuestionario Evaluación de seguimiento**



Entre 1, 2, 3, poca tolerancia.

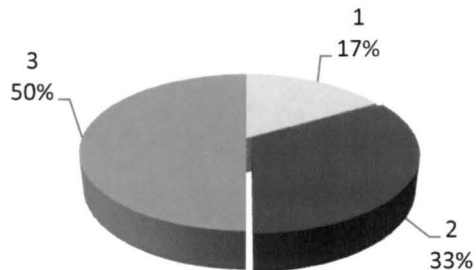


Entre 4,5, 6, 7, mucha tolerancia.

A N E X O 10

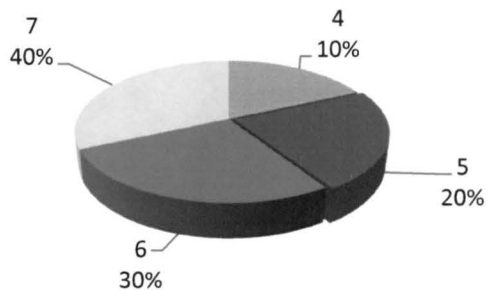
**Cuestionario Evaluación final**

**A partir de haber observado las postales mostradas  
1.-¿Qué tanto usted rechaza a los homofóbicos?**



Entre 1, 2, 3, poco rechazo.

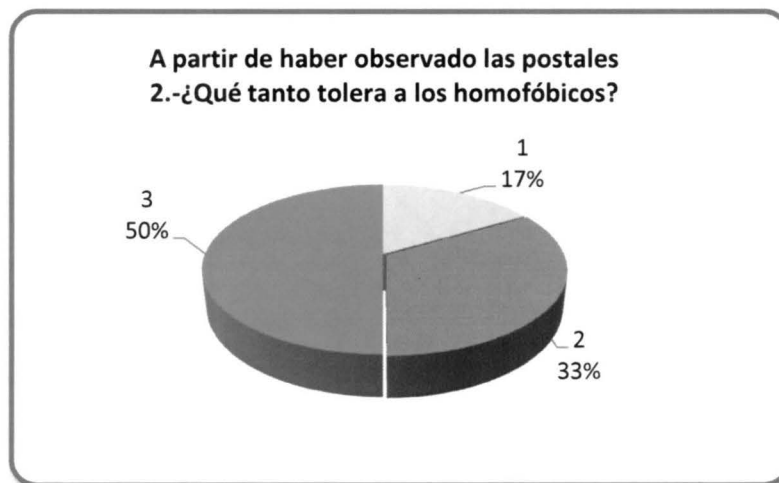
**A partir de haber observado las postales mostradas  
1.-¿Qué tanto usted rechaza a los homofóbicos?**



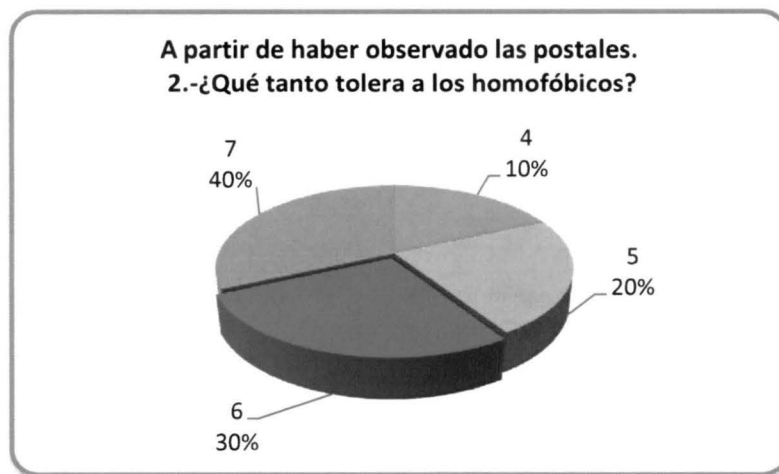
Entre 4, 5, 6,7, mucho rechazo.

A N E X O 10

**Cuestionario Evaluación final**



Entre 1, 2, 3, poca tolerancia.



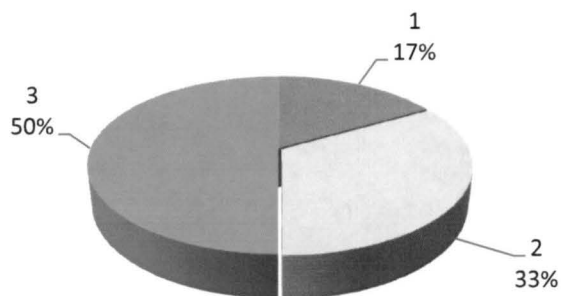
Entre 4, 5, 6, 7, mucha tolerancia.

A N E X O 10

**Questionario Evaluación final**

A partir de las imágenes publicitarias de la campaña vivir sin homofobia de la institución Demisex, marque con una X

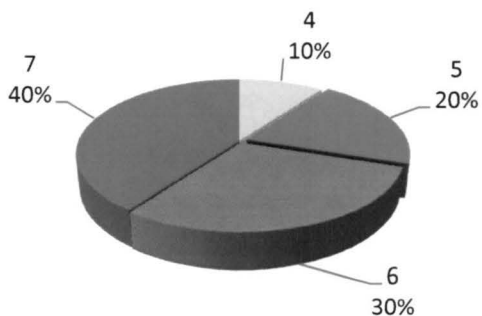
3.- ¿Qué trato usted considera que ha logrado sensibilizar a la población a favor de los homosexuales.



Entre 1, 2, 3, logra poco sensibilizar a la población a favor de los homosexuales.

A partir de las imágenes publicitarias de la campaña vivir sin homofobia de la institución Demisex, marque con una X

3.-¿Qué trato usted considera que ha logrado sensibilizar a la población a favor de los homosexuales.



Entre 1, 2, 3, logra poco sensibilizar a la población a favor de los homosexuales.



